



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Resep turun temurun yang beragam merupakan bukti kekayaan Indonesia, Es lilin Njonja Besar merupakan salah satu produsen yang ikut mengambil peranan dalam melestarikan budaya Indonesia. Hal ini guna harta budaya tetap bertahan hingga kepada keturunan berikutnya, membuatnya tak lekang oleh waktu dan dapat bertahan pada pasar persaingan. Banyaknya produk lokal yang ikut melestarikan budaya Indonesia, menyebabkan pendekatan visual yang hampir serupa. Oleh karena itu, masyarakat mengalami bias dalam menafsirkan produk tertentu lewat identitas visual dari produk. Sehingga perlu pendekatan yang unik, untuk Es Lilin & Es Krim Njonja Besar dapat timbul dan bertahan di pasar persaingan. Lewat hasil observasi dan wawancara, Es Lilin Njonja Besar mengangkat budaya, tradisional khas Indonesia dan kesan tempoé doloe sebagai konsep yang ingin dikenal oleh masyarakat. Konsep tersebut merupakan konsep yang banyak ditemui pada produk lokal, sehingga differensiasi yang signifikan dibutuhkan pada pasar persaingan dengan konsep serupa.

Peran identitas visual secara keseluruhan dapat berperan besar dalam memberikan *positioning* yang tepat pada masyarakat, sehingga dapat bertahan dengan kompetitor lain. Dalam perancangan identitas visual, diperlukan riset secara keseluruhan mengenai ELNB dan produknya termasuk menganalisa target pasar yang baru dimana lebih berfokus pada dewasa muda.

Identitas visual yang baru dirancang guna memberikan differensiasi dan berangkat nilai – nilai konsep serta *big idea* dari ENLB yang ingin disampaikan pada dewasa muda. Setelah perancangan selesai dibutuhkan sebuah aturan untuk menjaga konsistensi dengan bagaimana identitas visual tersebut disampaikan. Yang kemudian akan diterapkan pada poster, brosur, aplikasi media promosi , *Point of Purchase* dan *Point of Interest*, serta *packaging* baik untuk es lilin dan es tempoe doloe dengan spesifikasi *paper cup*. Melalui perancangan Tugas Akhir ini, diharapkan berdasarkan hal tersebut dapat memberikan differensiasi yang kuat dengan *positioning* ENLB, sebagai Cerita Manis dalam Citarasa Nusanatara.

5.2. Saran

Perancangan identitas visual merupakan topik yang memerlukan beberapa hal untuk diperhatikan dalam proses perancangannya, antara lain:

1. Perlu adanya penelitian lebih dalam dan menyeluruh mengenai identitas visual serta pendukung seperti *logogram* dan *logotype*, warna, tipografi dan aplikasi lainnya, termasuk pandangan atau *image* mengenai perusahaan di mata audiens melalui observasi lebih lanjut;
2. Bagi mahasiswa yang kedepannya akan mengangkat identitas visual sebagai Tugas Akhir, mempelajari lebih mendalam tentang *Graphic Standard Manual*, kemudian dibuat secara komprehensif, lebih detail dan mudah dimengerti. Hal ini akan mempermudah pengaplikasian pihak – pihak yang menggunakan identitas visual tersebut kedepannya;

3. Untuk mahasiswa dan mahasiswi angkatan berikutnya, lewat Tugas Akhir ini, mahasiswa belajar untuk mencari jalan yang efektif dan efisien tanpa menghilangkan kesenangan pribadi yang teriris oleh tengatnya waktu. Dengan kekuatan kebersamaan dalam berjuang, dipercaya semangat akan timbul, mungkin tidak akan mudah. Tapi berusahalah secara totalitas, semua akan kembali dengan tidak sia-sia.



UMMN