



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

Red Bean merupakan restoran *chinese food* yang tersebar di Tangerang dan Jakarta. Dari hasil observasi yang penulis lakukan Red Bean selalu ingin membuat inovasi-inovasi baru terhadap produknya. Itu salah satu yang menjadi kelebihan Red Bean. Red Bean ingin menonjolkan produk kacang merah. Sayangnya kacang merah di Red Bean tidak laku di pasaran sehingga Red Bean tidak mengeluarkan produk kacang merah itu kembali. Dilihat dari logo Red Bean, logo Red Bean terdiri dari simbol kacang merah dan mangkok sehingga membuat masyarakat salah persepsi akan produk dari Red Bean.

Berdasarkan hasil kuisioner yang saya bagikan masyarakat yang belum pernah makan di Red Bean sering mengira bahwa Red Bean menjual *dessert*, padahal Red Bean menjual *Chinese Food*. Gambar mangkok yang tertera di logo Red Bean sering membuat masyarakat mengira bahwa Red Bean menjual mie atau bakso. Meskipun sudah berdiri sejak tahun 2003, Red Bean saat ini sedang mengalami persaingan yang ketat. Dengan adanya restoran-restoran *chinese food* yang menyajikan makanan dengan kualitas yang baik dan dengan harga yang terjangkau membuat omset penjualan Red Bean jadi menurun. Dengan adanya kompetitor-kompetitor tersebut, dikhawatirkan akan mengancam eksistensi Red Bean di mata konsumen. Berdasarkan wawancara yang telah penulis lakukan pada 28 Februari 2018 terhadap Budi Widodo selaku HRD Red Bean di ruko Jalur Sutera Timur 6A No. 29-10. Beliau

mengatakan pengunjung Red Bean semakin lama semakin menurun. Sedangkan, ia mempunyai target ingin menaikkan tingkat penjualan pada tahun ini. Beliau juga mengatakan bahwa usia konsumen yang datang berkisar 30an keatas, sedangkan ia mempunyai target ke konsumen yang lebih muda yaitu berusia kisaran 21-30 tahun.

5.2 Saran

Selama pengerjaan dan perancangan identitas visual, penulis mendapat kendala dan keterbatasan. Maka dari itu penulis memberikan saran untuk para pembaca yang akan melakukan perancangan maupun yang sedang melakukan riset. Berikut ini saran penulis untuk pembaca.

1. Pertama kita harus mencari permasalahan tersebut yang terkait dengan perancangan yang dilakukan. Perancangan itu merupakan sebuah cara untuk melakukan pembaharuan sehingga kita harus benar-benar mengetahui permasalahannya mengapa perlu melakukan pembaharuan.
2. Kedua kita harus melakukan riset tidak hanya kepada objek yang akan dibahas, tetapi kepada objek yang berhubungan juga.
3. Dalam melakukan proses perancangan, kita harus senang dengan objek yang akan dibahas sehingga pembaca senang saat membacanya dan mengharapkan yang terbaik bagi objek riset.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A