



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

1.1. Kesimpulan

Perancangan *brand identity* Sagon Bakar Bu Irma dimulai dari tahap pengumpulan data. Tahap tersebut bertujuan mengetahui kelebihan dan kemungkinan *value* yang dapat dituangkan dalam identitas. Tak hanya itu, riset pasar dan target khalayak juga dilakukan agar perancangan tepat sasaran dan sesuai dengan visi-misi perusahaan. Semua data-data tersebut didapat melalui berbagai metode, baik secara kualitatif maupun kuantitatif.

Proses perancangan terdiri dari beberapa tahap, mulai dari perancangan bagian terpenting dari sebuah *brand* yaitu logo, perancangan supergrafis, hingga penerapan aplikasi media seperti kemasan, *business colleteral*, seragam, kendaraan, keperluan promosi, *merchandise* dan souvenir. Dari segi konsep, *brand* dibuat dengan memaparkan 3 *brand mantra* (kata kunci), yaitu jajanan sebagai *brand function*, khas sebagai *descriptive modifier*, dan kekinian sebagai *emotional modifier*. Sagon bakar merupakan produk yang sudah lama ada dan tidak memiliki spesifikasi lokasi, maka dari itu, ketiga kata tersebut dipilih dengan tujuan memperkaut *brand* agar mudah dibedakan dari produk sagon bakar yang lainnya. Penggunaan visual-visual yang *clear* namun tetap asik juga dipilih agar perancangan sesuai dengan target khalayak. Di samping itu, penulis juga menata *brand architecture* agar *brand* dapat berkembang dan dapat memenuhi standar produk untuk masuk ke pasar global..

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, penerapan perancangan identitas diberbagai aplikasi media juga dilakukan, hal ini bertujuan untuk memperkuat *brand experience* Sagon Bakar Bu Irma, sehingga *brand* yang dibangun dapat merealisasikan visi-misi yang ingin dicapai.

1.2. Saran

Selama penyusunan tugas akhir ini, penulis mendapati bahwa dalam melakukan perancangan *brand identity*, penting bagi para desainer untuk melakukan riset sebelum memulai segalanya. Sebuah riset apabila dilakukan dengan tepat dapat menjadi sebuah pondasi yang kokoh untuk perancangan kedepannya nanti. Tak hanya riset, pendalaman wawasan juga penting, terlebih ketika memasuki proses perancangan identitas. Pendalaman wawasan dapat dimulai dari membaca buku-buku sesuai dengan topik, melakukan pencarian referensi, hingga meminta berbagai masukan dan saran kepada orang-orang yang ahli pada bidang terkait.

Penulis juga belajar bahwa, selama proses perancangan berlangsung, segala sesuatu terkadang tidak berjalan sesuai dengan harapan dan ekspektasi. Terkadang kita perlu melakukan berbagai perubahan dan penyesuaian. Dalam konteks ini, perubahan dan penyesuaian merupakan sesuatu bagian tak terpisahkan ketika merancang sebuah *brand identity*, dan ini sangat lumrah.

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