BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Laun Bakery merupakan salah satu produsen roti tertua di Kota Tangerang yang telah berdiri sejak tahun 1952. Laun Bakery menjajakan produknya dengan gerobak roti yang berkeliling di Kota Tangerang sehingga menjadi salah satu ciri khasnya. Namun berdasarkan *survey*, Laun Bakery mulai kehilangan *brand awareness* dikarenakan munculnya kompetitor sejenis dengan memakai nama "Laun" juga dan masih memiliki hubungan darah walaupun berdiri masing-masing. Selain itu, penggunaan identitas visual seperti logo juga baru dimanfaatkan baru-baru ini yaitu sekitar akhir tahun 2019. Penggunaan identitas visual berupa logo sayangnya baru diterapkan pada kemasan dan *website* Laun Bakery sehingga tidak adanya konsistensi dalam penerapannya. Hal tersebut semakin mengurangi *awareness* dari Laun Bakery.

Dalam perancangan ini, konsentrasi utama berada pada merancang ulang identitas visual Laun Bakery yang sesuai dengan *value* dan visi misi dari Laun Bakery. Melalui data yang telah dikumpulakn, *value* Laun Bakery terletak pada nilai emosionalnya yaitu memberikan kepuasan pada pelanggan. Berdasarkan *velue* tersebut penulis mendapatkan ide besar untuk perancangan ini yaitu "*Bring Sense of Home In A Pleasant Bite*" yang berarti Laun Bakery menyajikan kesan rumahan, kehangatan dan keramahan dalam rotinya yang sesuai dengan visi misi Laun

Bakery yaitu menjadi produsen roti berkualitas tinggi dengan harga terjangkau dan bersaing dengan pelayanannya yang memuaskan konsumen.

Melalui perancangan identitas visual, Laun Bakery dapat mengkomunikasikan *value*-nya secara lebih efektif kepada *target market*. Penggunaan identitas visual secara konsisten juga dapat meningkatkan *awareness* dan memperkuat *positioning* Laun Bakery dibandingkan kompetitor. Perancangan ini menghasilkan identitas untuk Laun Bakery yang menjadi solusi dari permasalahan yang dialami, yakni sebuah identitas visual yang sesuai dengan *value* dan visi misi Laun Bakery.

Setelah perancangan ini, penulis menyarankan untuk Laun Bakery agar mendaftarkan merek dagangnya pada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM R.I. agar Laun Bakery memiliki hak penuh atas kepemilikan nama “Laun”. Hal ini tertuang dalam Pasal 1 Angka 5 UU RI Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografi yang berbunyi “Hak atas merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemiliki merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya”.

5.2. Saran

Bagi mahasiswa desain grafis yang akan melaksanakan tugas akhir khususnya membuat perancangan identitas visual *profit*, beberapa saran yang dapat penulis sampakai adalah:

1. Melakukan riset dan studi tentang *branding* secara mendalam mengenai *profit branding*. Karena berdasarkan penelitian yang telah penulis lakukan, setiap merek akan memiliki strategi yang berbeda walaupun sama-sama untuk *profit-oriented branding*. Penelitian secara mendalam juga dapat membantu dan memberikan *insight* yang lebih banyak yang akan sangat berguna pada proses perancangan.

2. Perhatikan *management* waktu baik saat proses riset dan perancangan visual. Pengaturan jadwal waktu kerja akan sangat membantu sehingga tidak akan *stcuk* pada proses riset saja yang akan berdampak pada saat proses perancangan visual.

3. Untuk perancangan identitas visual yang didasari oleh persepsi atau *image* suatu *brand* disarankan peneliti mencari *feedback* dari orang lain sehingga akan mendapatkan kritik dan saran mengenai persepsi mereka tentang perancangan yang dibuat.