

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Leezat Group merupakan oleh oleh khas Tangerang di Indonesia. Leezat Group ini merupakan jajanan oleh oleh khas Tangerang selatan yang tepatnya di daerah Pamulang, yang awal berdiri tahun 2012 hingga sekarang 2021 oleh ibu Irma Khusnul Hotimah yang awal mulanya hanya mempunyai 1 produk yaitu sagon bakar. Namun karena tidak adanya identitas visual dari Leezat Group sendiri, hal ini berdampak pada keliruan dan keraguan pengunjung dari berbagai daerah maupun daerah sendiri, serta menyebabkan rendahnya *brand awareness* dari Leezat Group yang dimana sangat membutuhkan identitas visual yang konsisten dan komprehensif untuk memperkenalkan Leezat Group kepada masyarakat sekitar dan masyarakat luas, terutama kepada *target audience* secara geografis berada di Tangerang.

Oleh karena itu, perlu dilakukan perancangan identitas visual dari Leezat Group. Selain untuk meningkatkannya *brand awareness* melalui media-media yang telah dirancang. Perancangan ini juga juga dimaksudkan untuk membentuk dari segi *brand image* dari Leezat Group yang merupakan tempat wisata oleh oleh di Tangerang selatan yang tepatnya di Pamulang.

Melalui data yang telah dikumpulkan, *value* dari Leezat Group pada tema dan produk dari Leezat Group itu sendiri, karena Leezat Group merupakan oleh oleh khas Tangerang yang menjelaskan bahwa oleh oleh Indonesia tidak kalah

hebatnya dengan oleh-oleh luar negeri. Melalui *value* tersebut, penulis mendapatkan *bid idea* “Solidnya warisan rasa akan penuh cerita”. Kata kunci dari bersahabat, premium, memorable digunakan penulis sebagai *keywords* untuk arahan visual dari perancangan identitas Leezat Group.

Perancangan ini menghasilkan solusi dari permasalahan yang dialami oleh Leezat Group, yaitu sebuah identitas visual yang sesuai dengan *value* dari Leezat Group, agar Leezat Group dapat mengkomunikasikan *value* nya secara lebih efektif kepada masyarakat dan *target market* dari Leezat Group. Penggunaan identitas visual yang konsisten membantu meningkatkannya suatu dari *brand awareness* Leezat Group yang memperkuatnya *positioning* produk daibandingkan dengan kompetitor dari Leezat Group itu sendiri.

5.2. **Saran**

Bagi mahasiswa di dunia desain grafis yang berencana untuk mengangkat topik perancangan identitas visual atau khususnya untuk sebuah oleh oleh makanan, beberapa saran yang dapat penulis sampaikan yaitu pertama adalah riset yang mendalam secara langsung ke lapangan yang ingin digali, kedua yaitu ketika melakukan sebuah riset, melakukan dokumentasi temu dan riset secara lengkap untuk mendapatkan *insight* dan meminta izin terlebih dahulu kepada pihak yang bersangkutan.

Penulis berharap bagi perancang dan peneliti lain yang melalukan perancangan *brand identity* untuk tetap bersemangat, baik dalam mengumpulkan sebuah informasi dan *insight*, merancang strategi, maupun dalam melakukan

perancangan. Untuk Leezat Group, penulis berharap perancangan *brand identity* Leezat Group dapat berguna bagi Leezat Group sendiri, sehingga Leezat Group dapat lebih dikenal secara luas dan tetap bertahan dari tahun ke tahun dan tetap mempertahankan cita rasa dari Leezat Group. Penulis berharap kelak Leezat Group menjadi pusat oleh-oleh khas Tangerang Selatan yang bertempat di Pamulang dapat lebih dikenal seluruh JABODETABEK. Selain itu penulis berharap juga perancangan dari *brand identity* Leezat Group ini dapat berguna bagi mahasiswa/I lain yang hendak melakukan perancangan sebuah *brand identity* sebuah oleh-oleh khas daerah masing masing kota.