

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Makanan legendaris merupakan salah satu warisan budaya yang harus dijaga dan dilestarikan keberadaannya, salah satunya adalah es campur yang memiliki keunikan sesuai dengan daerahnya masing-masing. Di Kota Tangerang khususnya kawasan Pasar Lama, merupakan tempat yang menyimpan banyak sejarah mengenai asal mula masyarakat cina benteng dan beberapa makanan legendarisnya, salah satunya adalah Es Buntin. Berdiri sejak 40 tahun yang lalu, Es Buntin semakin lama kurang diminati oleh generasi muda jaman sekarang yang seharusnya melestarikan warisan budaya tersebut. Identitas yang dimiliki sudah terlihat kuno, sehingga generasi muda pun enggan untuk mengunjungi kedai tersebut, padahal Es Buntin merupakan salah satu makanan legendaris yang harus dijaga keberadaannya karena menjadi salah satu saksi perkembangan masyarakat cina benteng hingga saat ini.

Karena tidak memiliki identitas yang sesuai dengan perkembangan jaman dan konsisten, Es Buntin semakin lama kurang diminati oleh pengunjung. Sehingga salah satu hal yang dapat dilakukan adalah untuk melakukan perancangan *brand identity* terhadap Es Buntin Pasar Lama Tangerang. Dengan memiliki identitas baru yang sesuai dengan *value* dari Es Buntin, Es Buntin nantinya akan memiliki *image* yang kuat sehingga dapat bertahan dalam persaingan dengan kompetitor lainnya.

Perancangan *branding* untuk Es Buntin didasari oleh tujuan ingin menonjolkan kepribadian masyarakat cina benteng lewat semangkuk es campur tersebut dengan perancangan logo, elemen grafis, tipografi, dan keseluruhan identitas visual yang kemudian disimpulkan menjadi satu buku yang mengandung tentang aturan dan tata cara penggunaan identitas agar tetap sesuai dengan *value* yang ada yaitu *Graphic Standard Manual*. Penggunaan identitas tersebut akan menciptakan keharmonisan dari masyarakat cina benteng dan Es Buntin itu sendiri dengan menyertakan seluruh aspek identitas seperti logo dan elemen grafis secara seimbang lewat ukuran, warna dan proporsinya.

5.2. **Saran**

Melakukan perancangan *branding* yang sesuai perkembangan jaman dengan tetap mempertahankan *value* dari sebuah entitas merupakan pekerjaan yang tidak mudah. Ide serta *tone of voice* yang tepat harus didapatkan untuk membangun ketertarikan terhadap konsumen yang harus dilakukan dengan cara yang terstruktur seperti melakukan riset yang mendalam mengenai topik, melakukan studi observasi dan referensi, menentukan strategi serta menciptakan desain merupakan beberapa cara yang harus dilakukan dalam membuat sebuah *branding*. Dalam menggunakan identitas Es Buntin yang baru, perlu diperhatikan dalam proporsi penggunaan logo serta elemen grafis agar tetap sesuai dan tetap menghasilkan kesan harmonis.

Menemukan batasan masalah yang sesuai tentunya juga penting, agar desain yang diciptakan dapat sesuai dengan target sasaran yang dituju sehingga desain juga memiliki relevansi dengan target. Terkadang untuk menemukan ide yang tepat,

dibutuhkan banyak cara yang harus dilakukan, memerlukan usaha dan kerja keras yang gigih juga yang kemudian akan membuahkan sebuah ide dan konsep yang baik dan sesuai dengan entitas tersebut. Oleh karena itu, tetaplah berusaha dan selalu membuka peluang dan potensi masuknya ide-ide baru yang unik.