

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Toko *Kopi Batamera* memiliki banyak persamaan dengan toko kopi yang membawa nama batu bata merah khususnya di daerah Jakarta. Pesan dari konsep yang ingin disampaikan oleh toko *Kopi Batamera* juga tidak tersampaikan baik kepada konsumen. Maka dari itu, toko *Kopi Batamera* perlu mempersempit kompetitornya dan mengubah konsep yang kurang matang menjadi lebih matang. Dengan adanya perubahan konsep ini, pelayanan dan fasilitas yang dimiliki harus mengubah identitas *brand* dengan identitas yang lebih fokus kepada konsep *Kopi Batamera* itu dibuat, hal ini ditujukan baik agar konsep yang akan diberikan oleh *Kopi Batamera* itu sampai ke benak konsumen sehingga konsumen memiliki persepsi yang sama dengan konsep yang sudah dibuat oleh *Kopi Batamera*. Konsep *coffee to go* yang diterapkan oleh *Kopi Batamera* menjadi faktor utama perubahan identitas *brand Kopi Batamera* ini. Dikareanakan keharusan akan adanya perubahan segmentasi dan konsep visual yang merubah *brand image*, terbukti bahwa toko *Kopi Batamera* memerlukan perancangan identitas visual dalam *brand* yang sudah dibangun. Yang mana menurut Sinclair (2002). Suatu identitas visual yang di rancang oleh penulis dengan harapan tujuan atas segala permasalahan tersebut dapat tercapai.

5.2 Saran

Unutuk mahasiswa yang melakukan tugas akhir berupa perancangan ulang identitas visual, suatu identitas visual tidak bisa dilihat secara subjektif baik atau buruknya. Meneliti dengan menggunakan sumber yang kredibel terlebih dahulu merupakan hal utama dalam melakukan perancangan ulang identitas visual. Dalam sebuah persepsi dimana kita akan mengatakan suatu *logo* yang tidak cocok menurut pendapat kita pasti tidak akan sama dengan pendapat orang lain yang dimana lebih mengerti tujuan utama dari pembuatan visual tersebut.

Dari sini kita juga mengetahui bahwa berbagai analisa jika ternyata masih banyak toko kopi yang perlu diperkuat identitas visualnya karena berbagai alasan yang sekiranya kita perlu dianalisa kembali. Untuk toko *Kopi Batamera* kedepannya diharapkan setelah dilakukannya perancangan identitas visual ini memiliki perkembangan secara signifikan secara fundamental maupun non-fundamental.

