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.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Restoran Sam's Strawberry Corner merupakan restoran yang sudah cukup terkenal di daerah Dago, Bandung, namun seiring perkembangan jaman restoran Sams ingin menambah perkembangan bisnisnya karena banyak persaingan. Bisnis yang ingin di tambah yaitu pembuatan produk yogurt yang akan diluncurkan ke Hypermart terdekat. Selama ini restoran Sams sudah mempunyai 7 cabang di kota besar seperti Lebak Bulus, Bintaro, Gandaria, Kalimalang, Kemanggisan, Gading Serpong, dan Karawaci.

Sebuah identitas bagi produk adalah hal yang sangat penting karena selain untuk persaingan tetapi juga untuk membangun pandangan masyarakat yang melihatnya. Produk yogurt Sams membutuhkan sebuah identitas visual berupa label sebagai muka dari produk tersebut yang ingin dimasukkan ke dalam Supermarket. Berdasar SWOT analisis yogurt Sams mempunyai cita rasa yang unik dan harga yang murah dibanding kompetitornya, maka dari itu sangat disayangkan apabila produk ini belum mempunyai muka yang tepat.

5.2. Saran

Saran bagi para pembaca jika ingin melakukan perancangan desain kemasan atau identitas visual label, diharapkan melakukan perencanaan yang matang, kita harus mengenal perusahaan yang ingin kita jadikan acuan melalui riset data. Riset data

Perancangan Identitas..., Clayton Koestiawan, FSD UMN, 2015

melalui banyak tahap seperti SWOT analisis, wawancara, observasi tempat, dan penyebaran kuesioner yang nantinya akan menjadi data objektif.

Setelah mencari data selengkap-lengkapnya, maka dapat dilanjut dengan proses *mind-mapping* dan *brainstroming* untuk mendapatkan *big idea* dan konsep visual. Sebagai desainer, kita harus mengetahui desain yang cocok dan tepat untuk *project* kita tetapi tetap mempunyai landasan yang bersifat objektif.

Perancangan Identitas..., Clayton Koestiawan, FSD UMN, 2015