

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Kurang maksimalnya perancangan identitas visual menjadikan Toko Kopi Ngepuzz Experience berhenti mempromosikan *brand* secara total di pertengahan tahun 2021, yang mana kondisi ini dapat berdampak pada hilangnya eksistensi *brand* hingga terlupakan dari benak masyarakat. Hal ini juga akan berdampak pada penjualan produk Toko Kopi Ngepuzz Experience ini sendiri.

Perancangan ulang identitas visual Toko Kopi Ngepuzz Experience ini dilakukan agar dapat meningkatkan relevansi *brand* terhadap target audiensnya yang semakin mengikuti perkembangan jaman, menciptakan identitas visual yang lebih menarik tanpa menghilangkan kesan dari Toko Kopi Ngepuzz Experience di dalamnya. Perancangan ini juga mencakup perubahan secara keseluruhan termasuk media sekundernya. Penulis juga merancang *graphic standard manual* sebagai pedoman untuk pihak Toko Kopi Ngepuzz Experience, dengan harapan di setiap desain yang telah di rancang dapat mencapai keselarasan visual yang konsisten dengan mengacu pada *big idea* yang telah ditetapkan, yaitu “*Bravery Brings Experience To Create A Specialty Result*”.

#### **5.2 Saran**

Proses perancangan ulang identitas visual memiliki durasi perancangan yang sangat panjang. Perancangan visual perusahaan tidak hanya terfokus hanya pada tampilan visual saja, namun kita juga harus menyesuaikan setiap rancangan dengan konteks dan terlebih relasi yang kuat kepada pihak yang kita tangani. Untuk meminimalisir terjadinya masalah dalam proses perancangan. Maka dari itu diperlukan riset yang cukup terhadap pihak serta masalah yang dialami oleh pihak yang akan kita teliti, sehingga perancangan yang dilakukan menjadi tepat, baik secara tampilan visual maupun pesan yang akan di sampaikan.