

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Simpulan

Restoran Restoran Tropic merupakan restoran legendaris yang menjual produk es krim *homemade* dengan resep warisan turun temurun sejak tahun 1950. Dalam upaya menjalankan visinya untuk mewariskan es krim, Restoran Tropic berencana untuk memperluas target market ke kalangan milenial. Namun Restoran Tropic mengalami kesulitan dalam menjangkau pelanggan baru karena identitas yang dimiliki Restoran Tropic tidak relevan dengan era modern saat ini. Untuk menjawab permasalahan di atas, penulis menawarkan solusi berupa perancangan rejuvenasi merek Restoran Tropic agar *positioning* merek lebih relevan di era modern saat ini

Perancangan rejuvenasi merek penulis lakukan dengan membangun pesan dan makna yang ingin disampaikan oleh Restoran Tropic menggunakan metode perancangan Alina Wheeler. *Big idea* dari perancangan ini adalah. “Membuat momen sederhana menjadi istimewa melalui rasa manis legendaris”. Dari *big idea* yang penulis dapat, penulis memfokuskan pada visual yang mencerminkan kesederhanaan, memori, dan legendaris dengan pendekatan modern.

#### 5.2 Saran

Setelah melalui proses sidang akhir, penulis mendapat beberapa masukan dari dewan sidang terkait perancangan identitas Restoran Tropic. Dewan sidang berpendapat bahwa penulis belum menampilkan *big idea* secara menyeluruh pada karya perancangan. Impresi pertama yang dewan sidang berikan ketika melihat karya perancangan tertuju pada unsur *tropical* saja, tidak bisa dikatakan sebagai legendaris mau pun modern. Penggunaan warna krem dan hijau pada identitas Restoran Tropic dinilai tidak sesuai dengan *image* yang dimiliki Restoran Tropic saat ini karena penggunaan warna tersebut dapat mengubah *image* yang sudah dibentuk dan cenderung ditujukan untuk *rebranding* dibandingkan *brand*

*rejuvenation*. Penulis mendapat masukan untuk menggunakan warna yang lebih merepresentasikan *image* Restoran Tropic yang sudah ada. Karena bagian interior restoran didominasi oleh warna hangat dari kayu, penulis dapat mengganti warna hijau menjadi warna cokelat dan warna krem yang memiliki *tint* kemerahan.

Penulis juga mendapat beberapa masukan terkait perancangan *touchpoints*, dimulai dari alat tulis. *Touchpoint* alat tulis yang menjadi sorotan yaitu kartu nama. Dewan sidang berpendapat bahwa kartu nama yang penulis rancang memiliki ukuran *font* yang terlalu kecil terutama pada bagian detail alamat dan kontak sehingga sulit untuk dibaca. Untuk mensiasati hal ini, penulis dapat merevisi dengan memperbesar ukuran kartu nama menjadi 9 x 5,5 cm dan ukuran *font* supaya dapat lebih terbaca dengan jelas. Pada bagian kop surat penulis diberi masukan untuk mengecilkan ukuran *font* menjadi ukuran standar yaitu 12 pt.

Kemasan makanan yang penulis rancang tidak tepat karena bentuk kemasan tidak *safety* untuk menyimpan makanan. Ketika kemasan ditutup, masih terdapat celah antara penutup dan dinding kemasan yang dapat membuat makanan berserakan. Pada kemasan makanan juga tidak terdapat lubang ventilasi yang dapat dibuka/ ditutup sesuai kebutuhan. Maka dari itu penulis disarankan untuk mengganti pola kemasan makanan dengan yang lebih *safety*. Untuk kemasan es krim, terutama es krim yang menjadi *best seller* Restoran Tropic sebaiknya dibuatkan kemasan tersendiri (tidak disatukan dengan kemasan makanan) karena pengemasan es krim perlu *treatment* yang berbeda dengan pengemasan makanan pada umumnya.

Selanjutnya pada buku menu, dewan sidang berpendapat bahwa pilihan menu pada es krim satuan kurang menarik karena tekstur es krim yang terdapat pada buku menu terlihat seperti gumpalan kain dan tidak menggugah selera. Dewan sidang melihat ada beberapa kesalahan pada bagian daftar harga. Ketika mensorting harga sebaiknya dimulai dari menu yang ikonik, kemudian dilanjutkan dengan menu berat, diakhiri dengan menu ringan. Pada buku menu terdapat harga yang belum dicantumkan pada buku menu sehingga buku menu perlu direvisi kembali.

Kemudian untuk *merchandise*, dewan sidang berpendapat bahwa desain stiker yang penulis rancang tidak menunjukkan kesan legendaris dan hanya memperlihatkan sisi modernnya saja. Penulis dapat mencari referensi gaya judul untuk diterapkan pada revisi desain stiker ke depannya supaya lebih memperlihatkan kesan legendaris.

Masukan terakhir yaitu dari perancangan *Graphic Standard Manual*. Dewan sidang menemukan ada gambar yang pecah pada halaman perancangan *touchpoint* poster A3 dan meminta untuk memperbaiki. Penulis ke depannya harus lebih teliti dan melakukan pengecekan kembali sebelum *Graphic Standard Manual* dicetak.

Berbagai masukan yang penulis dapat dari para dewan sidang sangat membantu penulis dalam memahami perancangan *brand rejuvenation*. Penulis lebih mengetahui hal-hal yang perlu diperbaiki agar *brand rejuvenation* yang diharapkan tercapai. Melalui perancangan *brand rejuvenation* merek yang telah direvisi ke depannya, Restoran Tropic diharapkan dapat mengimplementasikan identitasnya dengan baik sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan pada *Graphic Standard Manual*. Dengan begitu, Restoran Tropic dapat memperkuat *positioning*-nya melalui identitas yang *fresh* dan dapat menjangkau target market yang dituju.

Penulis berharap perancangan ini dapat menjadi referensi bagi yang sedang menjalankan penelitian dengan permasalahan serupa, khususnya ranah *branding*. Penulis menyarankan bagi yang sedang menjalankan penelitian terkait *branding* untuk memahami *brand* yang ditangani secara menyeluruh supaya identitas yang dirancang sesuai dan tepat sasaran.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A