

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Golden Monkey Malatang Hotpot sekarang menjadi makanan kuah yang diminati oleh masyarakat kota Bandung. Penjualan Golden Monkey meningkat pesat pada saat pandemi karena mengeluarkan varian saset yang bisa dikirim oleh seluruh kota di Indonesia bahkan Golden Monkey sudah memiliki beberapa reseller dari berbagai kota dengan angka peminatan yang tinggi. Berbeda dengan kompetitornya, Golden Monkey mampu menyajikan rasa yang lebih luar biasa kemudian menggunakan sistem self service sehingga pengunjung bebas memilih tanpa harus menunggu pesanan sampai. Logo Golden Monkey dulunya tidak memiliki identitas yang khas karena menggunakan ikon bebas yang diambil dari website dan perancangan untuk iklan baik dalam media sosial maupun media cetak kurang terlihat.

Perancangan identitas visual golden monkey diawali dengan mencari informasi mengenai perusahaan dengan cara wawancara dengan pemiliknya yaitu derza subangkit dan penulis juga melakukan observasi langsung ke tempat sehingga penulis memiliki cukup informasi untuk dikembangkan guna membantu dalam pembuatan identitas baru untuk Golden Monkey. Dari informasi yang didapat kemudian dikembangkan dan dikelola sehingga mendapatkan big ide yaitu satu tempat berjuta rasa, tone of voice yaitu simple, tradisional dan kekeluargaan yang di lambangkan dengan logo yang dibuat bentuk lingkaran, dan warna tradisional yaitu emas dengan warna dasar kuning dan coklat.

Setelah merancang logo, penulis juga membuat media-media guna mendukung pengaplikasian logo seperti GSM yang dapat digunakan sebagai pedoman dalam pengaplikasian logo di beberapa media seperti gelas, mangkuk, piring dan lainnya.

Penulis telah melakukan perancangan ulang identitas visual Golden monkey yang sesuai dengan identitas Golden Monkey berdasarkan dari hasil analisis data

wawancara dan observasi yang telah dilakukan oleh penulis, bahwa Golden Monkey memiliki identitasnya sendiri. Dengan adanya perancangan ulang identitas Golden Monkey, penulis berharap dapat meningkatkan nilai dan memiliki ciri khasnya sendiri baik di Bandung maupun di kota lainnya dalam Indonesia.

5.2 Saran

Beberapa saran yang dapat penulis berikan kepada peneliti selanjutnya, yaitu :

1. Meneliti lebih dalam dalam latar belakang karena dapat membantu dalam perancangan.
2. Mengetahui lebih jelas dan *detail* untuk permasalahan dalam *brand*.
3. Memahami konsep yang digunakan sebelumnya.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA