

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Simpulan

Al-kabsa Resto merupakan sebuah tempat makan yang telah berdiri pada tahun 2017 yang berlokasi di Bendungan Hilir, Jakarta. Tempat makan ini menyajikan makanan khas dari Timur Tengah dengan variasi yang beragam. Al-Kabsa Resto tentu memiliki kompetitor pada bisnis mereka salah satu contohnya yaitu Abunawas yang merupakan tempat makan yang menjual produk serupa dengan Al-Kabsa Resto.

Al-Kabsa Resto memiliki Visi dan Misi yaitu, Visi nya yakni memfasilitasi makanan khas timur tengah kepada masyarakat yang rindu akan masakan timur tengah dan misi dari Al-Kabsa Resto adalah ingin memperkenalkan makanan khas timur tengah atau makanan arab kepada masyarakat di Indonesia.

Al-Kabsa Resto telah melakukan *rebranding* pada tahun 2019, namun logo tersebut menciptakan mispersepsi pada benak masyarakat. Masyarakat menganggap bahwa logo Al-Kabsa Resto tersebut tidak mencerminkan perusahaan yang bergerak pada bidang kuliner, hal ini dibuktikan dengan hasil kuesioner yang penulis bagikan. Walaupun Al-Kabsa Resto telah melakukan rebranding namun identitas visual lamanya masih tetap digunakan oleh Al-Kabsa Resto sehingga menciptakan inkonsistensi pada implementasi identitas visual mereka.

Identitas merek yang kuat dan juga konsisten dapat membuat persepsi masyarakat terhadap suatu merek produk, jasa, atau lainnya menjadi lebih kuat. Hal ini menjadi alasan penulis untuk melakukan perancangan ulang pada identitas visual Al-Kabsa Resto yang merupakan suatu sarana yang bertujuan untuk meremajakan atau memperbaharui sebuah *brand* dikarenakan identitas merek merupakan sebuah identitas yang mencerminkan *brand* tersebut, sehingga merupakan hal yang sangat penting bagi sebuah *brand*.

Perancangan ulang identitas visual ini dilakukan untuk memperbaharui identitas visual Al-Kabsa Resto dengan tujuan menciptakan citra yang baik dan membuat konsistensi pada identitas visualnya. Perancangan ini penulis mulai melalui tahapan penentuan strategi menggunakan *mindmap*. Pada *mindmap* ini penulis mendapatkan *keywords* yakni *warmth*, *middle eastern*, dan juga *food*. Dari *keywords* tersebut kemudian penulis mendapatkan *big idea* yaitu ‘*Experienced the Middle Eastern Food*’. *Big idea* ini penulis juga didapatkan berdasarkan keberagaman sajian yang disajikan dan atmosfer dari Al-Kabsa Resto serta tujuan dari berdirinya Al-Kabsa Resto sendiri yaitu untuk memperkenalkan makanan Timur Tengah kepada masyarakat Indonesia.

Perancangan penulis lanjutkan dengan merancang logo yang menjadi identitas utama dari Al-Kabsa Resto. Selanjutnya, setelah penulis merancang identitas utama Al-Kabsa Resto penulis melakukan perancangan implementasi identitas pada beberapa media seperti *collateral*, media promosi dan lainnya yang dimiliki oleh Al-Kabsa Resto. Setelah melakukan perancangan tersebut kemudian penulis melakukan tahapan terakhir perancangan yaitu tahap *managing assets* dengan menyusun dan menggabungkan semua perancangan yang dibuat kedalam *graphic standard manual*.

Hasil dari perancangan ulang identitas visual Al-Kabsa Resto ini menjawab masalah yang ada mengenai identitas visual Al-Kabsa Resto yang belum mencerminkan citra dari perusahaan sehingga terjadi mispersepsi serta inkonsistensi pada identitas visual mereka. Kendala yang penulis rasakan pada perancangan ini yaitu menentukan strategi yang tepat agar pesan yang ingin disampaikan dapat tersampaikan dengan baik kepada konsumen maupun calon konsumen, selain itu juga menentukan strategi untuk memecahkan masalah secara efisien.

## 5.2 Saran

Pada perancangan Tugas Akhir ini penulis memiliki beberapa saran yang perlu dipertimbangkan untuk dapat mengerjakannya dengan baik. Riset yang teliti, mendalam, dan juga detil seperti observasi, wawancara dan proses lainnya merupakan suatu hal yang sangat penting dalam melakukan perancangan identitas visual. Permasalahan yang ada harus dapat terjawab melalui *desain thinking* berdasarkan hasil riset mendalam sebelumnya yang telah dianalisis. Hal ini dikarenakan solusi yang ditawarkan dari permasalahan yang ada merupakan sebuah dasar dalam melakukan perancangan identitas visual.

Pada perancangan ini juga diperlukan adanya ilmu dasar desain sehingga mendapatkan gambaran yang baik mengenai perancangan yang akan dimulai, hal ini akan mempermudah dalam memulai perancangan. Batasan-batasan seperti demografis, geografis, dan psikografis juga harus diteliti dan dipertimbangkan dengan baik dalam perancangan desain, hal ini dikarenakan agar solusi dari masalah dapat mencapai target yang tepat sehingga solusi dapat tersampaikan dengan baik. Eksplorasi ide dan konsep yang mendalam juga diperlukan pada perancangan agar dapat menjawab permasalahan dengan tepat dan baik. Eksplorasi tersebut didapatkan melalui proses-proses riset sebelumnya, dengan adanya ide dan konsep yang baik proses perancangan dapat menjadi lebih efisien. Pada perancangan ini juga perlu diperhatikannya unsur kejelasan serta keterbacaan logo. Saat membuat suatu logo perlu dipertimbangkan kejelasan saat logo dipaparkan dari jauh karena logo harus dapat dikenali secara spontan oleh seseorang dan seseorang tersebut mendapatkan pesan yang ingin disampaikan dari logo.

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