

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Restoran Sarinande Tempo Doeloe ini merupakan restoran khas Palembang yang sudah berdiri sejak tahun 1956 yang terkenal dengan makanan yang memiliki rasa yang autentik. Namun restoran ini memiliki masalah identitas visual yang berbeda yang membuat pelanggan menjadi bingung terhadap identitas visual yang tidak konsisten mulai dari melalui logo, warna, tipografi serta implementasinya. Selain itu logo yang dimiliki oleh Sarinande Tempo Doeloe itu sendiri juga memiliki logo yang kurang mencerminkan restoran Palembang dikarenakan ikan yang digunakan masih kurang jelas berdasarkan hasil kuisioner. Melihat masalah tersebut oleh karena itu, penulis menawarkan solusi dengan melakukan perancangan ulang identitas visual Restoran Sarinande Tempo Doeloe.

Perancangan ulang identitas visual ini bertujuan untuk merancang identitas visual Restoran Sarinande Tempo Doeloe yang bertujuan dapat meningkatkan *brand awareness* restoran Sarinande Tempo Doeloe dengan target segmentasi berumur 17 – 26 tahun. Pemilihan target ini dikarenakan atas permintaan owner saat melakukan wawancara. Dalam melakukan perancangan ulang identitas visual Sarinande Tempo Doeloe penulis menghasilkan perancangan logo, supergrafis, warna identitas, font dan imagery yang baru dan dirancang sesuai dengan target konsumen dari Restoran Sarinande Tempo Doeloe dan media utama dalam perancangan ulang identitas visual ini adalah berupa GSM (Graphic Standard Manual. Dalam Graphic Standard Manual sendiri berupa sebuah panduan aturan dalam sebuah logo baru Restoran Sarinande Tempo Doeloe dan memiliki tujuan untuk menyelaraskan seluruh identitas visual.

Dari perancangan ulang identitas visual Restoran Sarinande Tempo Doeloe diharapkan diharapkan dapat membantu Restoran Sarinande Tempo Doeloe untuk bersaing dengan kompetitor yang sudah ada serta memperkuat identitas dari

Restoran Sarinande Tempo Doeloe kepada target konsumen yang ingin dituju dan identitas visual yang baru ini dapat berfungsi dengan baik, sebagaimana sebuah identitas visual diciptakan.

5.2 Saran

Dalam perancangan ulang identitas visual dari sebuah restoran di luar Jabodetabek itu bukan hal yang sangat mudah dilakukan. Oleh karena itu penulis harus melakukan observasi ke provinsi yang berbeda yang memakan banyak biaya dan waktu. Perancangan identitas visual juga diperlukan sebuah riset secara mendalam sangat diperlukan untuk menghasilkan solusi dan desain yang tepat dan efektif untuk diterapkan.

Diharapkan juga dari perancangan ulang identitas visual Restoran Sarinande Tempo Doeloe yang telah dilakukan ini diharapkan dapat membantu dan berguna bagi peneliti yang akan melakukan perancangan yang serupa yang ingin meneliti pada bidang kuliner. Kekurangan dari penelitian ini adalah penulis mendapatkan masukan dan saran dari dewan sidang yang dimana desain GSM yang penulis rancang kurang dijelaskan secara mendetail seperti tidak ada ukuran size minimum space dalam GSM dan kurangnya informasi mengenai material yang digunakan dalam implmentasi media dan ukuran implementasi media di dalam isi GSM.

Selain itu, dalam metodologi penelitian, penulis juga kurang menjelaskan mengenai proses hasil wawancara secara mendetail, lalu kurang melakukan brand audit dengan benar seperti menanyakan asal usul logo, alasan pemilik tidak melakukan rebranding, dan hasil wawancara yang kurang nyambung dengan identitas visual. Penulis juga kurang maksimal dalam melakukan observasi tempat dan kurang menanyakan banyak informasi mengenai restoran selama melakukan Tugas Akhir ini. Dalam proses strategi dan analisis perancangan, penulis juga kurang menjelaskan bagaimana sebelum dan sesudah logo yang sudah direbranding dan alasan penggunaan font di dalam logo yang telah dibuat. Untuk saran yang dapat diberikan penulis kepada mahasiswa Universitas Multimedia

Nusantara yang akan menjalani Tugas Akhir untuk mempertimbangkan sebuah masalah yang jelas dan solusinya yang tepat mengenai topik yang akan diangkat.

