

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Cakein merupakan sebuah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam bidang kuliner yang menjual produk kue-kue tradisional. Cakein melakukan kegiatan usahanya di Desa Legok sejak tahun 2020 pada masa awal-awal Covid-19. Dalam menjalankan usahanya, Cakein belum memiliki identitas visual sehingga merek Cakein kurang dikenal oleh masyarakat. Cakein hanya memiliki logo merek, namun sangat jarang digunakan dalam kegiatan usahanya dan tidak memiliki konsep dalam pembuatannya. Produk Cakein hanya dikenali sebagai produk kue tradisional buatan rumah biasa dan belum memiliki citra merek. Ini terjadi karena kurangnya pengetahuan pemilik UMKM akan identitas merek dan ketidakfamiliaran pemilik UMKM dalam dunia desain. Hal ini menyebabkan kurangnya *brand awareness* Cakein di masyarakat Desa Legok dan sekitarnya. *Brand awareness* dapat tercipta karena peranan penting dari identitas visual sebuah merek. Identitas visual dapat menjadi pembeda merek dan mengkomunikasikan kesan yang ingin dibangun. Oleh karena itu, perancangan identitas merek yang baru dilakukan sebagai solusi agar merek Cakein memiliki *awareness* yang tinggi dalam masyarakat.

Perancangan identitas merek ini dibuat dengan metode dari Robin Landa yang memiliki 5 tahapan, yaitu *Orientation, Analysis, Conception, Design, dan Implementation*. Melalui tahapan ini, terciptalah sebuah *big idea* yaitu “Cicipan Tradisi Indonesia dalam Satu Gigitan Lembut”, yang menjadi dasar perancangan identitas merek. Identitas visual Cakein yang baru terdiri dari logo, supergrafis, *packaging* primer dan sekunder, serta *brand activation* berupa konsep *booth bazaar* dan poster promosi. Media-media dalam perancangan identitas merek dibuat dengan mengutamakan kesan nusantara dan kelembutan dari produk Cakein. Perancangan identitas merek ini digunakan sebagai kekuatan untuk

menonjolkan merek Cakein agar bisa bersaing dalam kegiatan usahanya dan meningkatkan *awareness* Cakein di tengah masyarakat.

## 5.2 Saran

Melalui perancangan ini, penulis mendapatkan banyak pengalaman berharga mulai dari proses pengumpulan data hingga ke produksi karya. Dalam merancang sebuah karya, penulis menyarankan pada pembaca atau calon peneliti dengan topik serupa untuk memahami permasalahan yang ada secara menyeluruh dan mendalam. Riset ini dapat dilakukan kepada pemilik usaha maupun pada target perancangan. Lebih baik untuk mencari informasi sebanyak-banyaknya sehingga pemahaman terhadap masalah meningkat. Pemahaman masalah ini bertujuan agar hasil perancangan nantinya memberi solusi desain yang tepat sesuai kebutuhan. Hal ini sangat diperlukan karena dalam membuat identitas merek tidak hanya sekadar hasil tampilan visualnya, namun harus dapat menyampaikan pesan, kesan, dan citra merek kepada target pasarnya. Selain itu, pentingnya diskusi dengan pihak terkait dapat sangat membantu jalannya proses perancangan. Jangan enggan untuk menghubungi pihak yang terkait karena *skill* komunikasi yang baik diperlukan untuk meminimalisir terjadinya kesalahan dan *missed information*. Terutama pada pemilik UMKM yang biasanya belum familiar dengan dunia desain, sebaiknya dalam berkomunikasi lebih banyak menggunakan bahasa yang lebih mudah dipahami dan lebih sabar untuk menjelaskannya berulang kali agar edukasi yang ingin diberikan dapat tersampaikan dengan baik. Perbanyak juga untuk melihat referensi visual sehingga dalam perancangan nantinya gaya visual bisa sesuai dengan target perancangan.