

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Chick N Pepper merupakan suatu UMKM di Desa Medang yang berfokus pada *western food*. Berdasarkan pernyataan pemilik usaha, Chick N Pepper menargetkan anak muda sebagai target pasarnya. Namun, identitas visual yang dimiliki Chick N Pepper saat ini terkesan tradisional sehingga kurang sesuai dengan pasaran anak muda yang cenderung lebih menyukai gaya desain yang modern. Pemilik usaha berkeinginan untuk memperluas menu produk makanannya dan dikenal lebih banyak orang. Akan tetapi, identitas visual yang dimiliki Chick N Pepper saat ini masih kurang kuat dan konsisten. Identitas visual yang kurang konsisten dapat mengakibatkan pelanggan kesulitan dalam mengingat dan mengenal Chick N Pepper. Dua UMKM lainnya di Medang, yaitu Fayaz Craft dan Loyalista, juga menghadapi permasalahan yang serupa. Berdasarkan permasalahan tersebut, penulis menawarkan solusi melalui perancangan ulang identitas visual.

Dalam perancangan identitas visual yang dilakukan, penulis menggunakan metode desain Alina Wheeler yang terdiri atas lima tahapan, yaitu *conducting research*, *clarifying strategy*, *designing identity*, *creating touchpoints*, dan *managing assets*. Berdasarkan hasil riset terhadap UMKM Chick N Pepper, penulis melakukan *brainstorming* dan memperoleh *big idea* “*Appetizing Delights with Endless Fun*” yang dijadikan pedoman dalam perancangan identitas visual. Setelah merancang identitas visual, penulis mengaplikasikannya ke dalam beberapa media yang disesuaikan dengan kebutuhan Chick N Pepper. Selain itu, penulis juga merancang *Graphic Standard Manual* (GSM) atau buku pedoman pengaplikasian identitas visual yang telah dirancang sebagai upaya menjaga kekonsistensian tampilannya hingga masa mendatang. Penulis menerapkan proses perancangan dengan cara yang sama dalam perancangan identitas visual Fayaz Craft dan Loyalista.

Perancangan identitas visual yang dilakukan diharapkan dapat meningkatkan *brand awareness* dan *brand association* konsumen terhadap UMKM serta memperkuat daya saingnya di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif.

5.2 Saran

Pengerjaan proyek MBKM Cluster Proyek Desa memerlukan waktu yang panjang, dimulai dari tahap riset hingga perancangan karya. Meskipun dikerjakan dalam kelompok, setiap anggota mempunyai tugas masing-masing yang biasanya saling terikat dan bergantung. Oleh karena itu, pembuatan *timeline* perancangan antar anggota kelompok sangat diperlukan untuk efisiensi waktu pengerjaan agar tidak ada anggota yang dirugikan dan proyek yang dikerjakan dapat selesai tepat waktu.

Dalam perancangan identitas visual, memposisikan diri sebagai target konsumen dari *brand* yang ditentukan merupakan hal yang penting. Selain itu, mengetahui opini orang lain terkait hasil karya juga diperlukan. Hal ini dilakukan untuk memastikan desain yang dirancang dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya tanpa revisi yang berlebihan. Terlebih lagi, waktu yang diberikan selama proyek MBKM Cluster Proyek Desa terbilang cukup singkat untuk pengerjaan dua *output*, yaitu karya dan laporan.

Terakhir, penulis berharap perancangan identitas visual yang dilakukan dapat dijadikan referensi dan membantu pembaca yang ingin mengambil topik serupa