

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

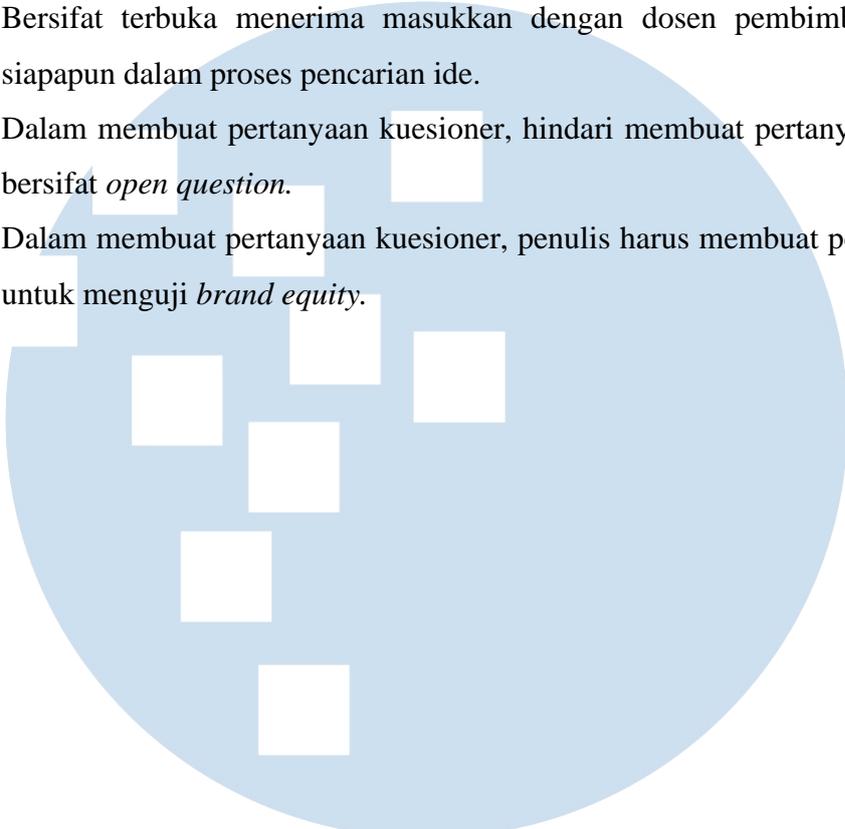
Identitas visual sangat penting dalam sebuah merek. Dalam hal ini, dialami oleh martabak jaya bandung yang belum memiliki identitas visual, akan sulit untuk diingat konsumen karena penggunaan nama "Bandung" yang terlalu umum digunakan pada usaha martabak. Maka dari itu, untuk bisa dikenal dan diingat oleh konsumen, diperlukan perancangan kembali identitas visual Martabak Jaya Bandung sehingga bisa menjadi pembeda ditengah persaingan bisnis martabak. Untuk merancang kembali identitas visual diperlukan rencana yang terstruktur, maka dari itu penulis menggunakan metode perancangan dari Alina Wheeler yang dibagi menjadi 5 tahapan, yaitu *Conducting Research* penulis mengumpulkan data menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif, kemudian masuk pada tahap *Clarifying Strategy*, dari data-data yang terkumpul penulis membuat *brand brief* dan *creative brief*. Pada tahap *Designing Identity*, penulis mulai merancang visual berdasarkan acuan yang dibuat sebelumnya. Pada tahap *Creating Touchpoint*, penulis menentukan media-media apa saja yang sesuai dengan bisnis Martabak Jaya Bandung. Setelah perancangan selesai, penulis membuat *Graphic Standart Manual* yang akan menjadi pedoman bagi Martabak Jaya Bandung dalam penerapan visual.

5.2 Saran

Selama merancang karya tugas akhir ini, penulis menyimpulkan beberapa hal yang harus diperhatikan, bagi pembaca yang akan mengambil topik tentang identitas visual, yaitu :

1. Carilah merek yang benar-benar memiliki masalah pada visual, sehingga penulis tidak akan kebingungan dalam proses perancangan.
2. Carilah masalah visual yang sesuai dengan keahlian, sehingga penulis bisa mengerjakan karya tugas akhir secara maksimal.

3. Manajemen waktu dengan baik.
4. Bersifat terbuka menerima masukan dengan dosen pembimbing atau siapapun dalam proses pencarian ide.
5. Dalam membuat pertanyaan kuesioner, hindari membuat pertanyaan yang bersifat *open question*.
6. Dalam membuat pertanyaan kuesioner, penulis harus membuat pertanyaan untuk menguji *brand equity*.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA