

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Keripik Pisang Suseno adalah salah satu merek legendaris yang menjual produk keripik pisang di Kota Lampung sejak 1972. Akan tetapi adanya mispersepsi konsumen terhadap merek Keripik Pisang Suseno dan banyaknya merek-merek di bidang bisnis yang serupa bermunculan membuat Keripik Pisang Suseno kurang dapat bersaing di pasar. Berdasarkan hasil kuesioner yang telah didapatkan penulis, identitas visual Keripik Pisang Suseno saat ini kurang menggambarkan merek dari Keripik Pisang Suseno itu sendiri. Hal tersebut mengakibatkan terjadinya mispersepsi konsumen terhadap merek Keripik Pisang Suseno sehingga Keripik Pisang Suseno kurang mendapatkan perhatian dari konsumen. Oleh karena itu penulis mengajukan untuk melakukan perancangan ulang identitas baru bagi Keripik Pisang Suseno.

Penulis melakukan perancangan ulang identitas visual Keripik Pisang Suseno dengan melakukan *brainstorming* secara mendalam terhadap merek Keripik Pisang Suseno. Setelah melakukan *brainstorming*, penulis merancang big idea yang relevan dengan nilai-nilai dari merek Keripik Pisang Suseno sehingga pesan yang ingin disampaikan oleh Keripik Pisang Suseno dapat tersampaikan melalui identitas visual yang telah penulis rancang. Setelah mendapatkan big idea, penulis mulai melakukan perancangan identitas visual berupa logo dan supergrafis,. Selain itu penulis juga melakukan perancangan terhadap media utama yaitu *graphic standard manual* sebagai panduan dalam menggunakan identitas visual yang telah di rancang dan merancang media sekunder lainnya. Hasil dari perancangan ulang identitas visual Keripik Pisang Suseno telah menjawab permasalahan identitas visual yang saat ini sedang dihadapi oleh Keripik Pisang Suseno yaitu mispersepsi konsumen terhadap merek Keripik Pisang Suseno.

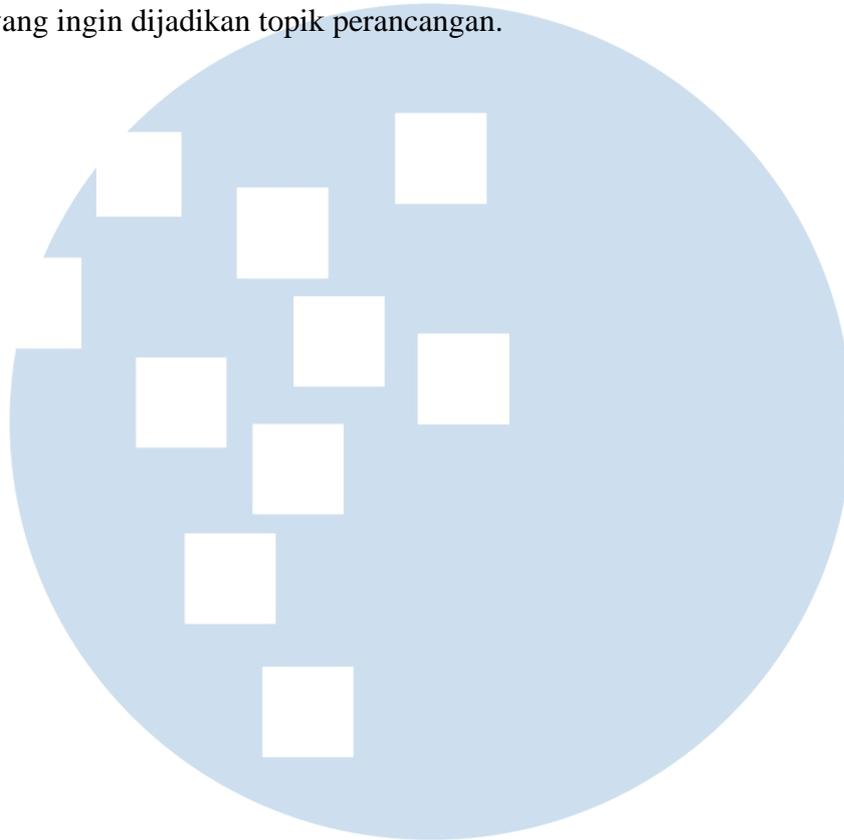
5.2 Saran

Tugas akhir ini bertujuan untuk merancang ulang identitas visual Keripik Pisang Suseno dengan tujuan membentuk citra atau wajah baru bagi Keripik Pisang Suseno. Proses perancangan ulang identitas visual Keripik Pisang Suseno ini melalui *brainstorming* yang mendalam, sehingga dapat memecahkan permasalahan yang terkait mispersepsi konsumen terhadap identitas visual Keripik Pisang Suseno saat ini. Dalam upaya merancang ulang identitas visual Keripik Pisang Suseno, penulis akan mempertimbangkan bagaimana membangun sebuah identitas merek yang dapat menciptakan citra atau wajah baru yang lebih kuat bagi Keripik Pisang Suseno. Melalui proses *brainstorming* yang intensif, diharapkan dapat ditemukan solusi yang tepat untuk mengatasi permasalahan yang ada pada identitas visual Keripik Pisang Suseno saat ini. Dengan kata lain, tugas akhir ini berfokus pada upaya merancang ulang identitas visual Keripik Pisang Suseno dengan tujuan memecahkan masalah mispersepsi konsumen terhadap merek Keripik Pisang Suseno.

Setelah melakukan proses perancangan ini, saran yang penulis ingin sampaikan kepada pembaca yang ingin mengembangkan atau mengambil tema sejenis antara lain:

- 1) Lakukan riset mendalam mengenai sejarah, filosofi, dan nilai-nilai yang terkandung dalam merek yang ingin dijadikan topik perancangan.
- 2) Pelajari dengan seksama target pasar dan positioning dari merek yang ingin dijadikan topik perancangan.
- 3) Pertimbangkan untuk melakukan survei atau wawancara dengan pelanggan setia dari merek yang ingin dijadikan topik perancangan.
- 4) Eksplorasi merek yang ingin dijadikan topik perancangan dan bagaimana dapat diintergrasikan ke dalam elemen-elemen visual.
- 5) Pertimbangkan untuk mengkaji strategi branding dari merek yang ingin dijadikan topik perancangan secara komperhensif tidak hanya pada identitas visualnya saja.

- 6) Pertimbangkan studi kompartitif dengan competitor-kompetitor dari merek yang ingin dijadikan topik perancangan.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA