

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Simpulan

Zala Coffee merupakan sebuah toko kopi yang terletak di Cikarang. Toko kopi ini tidak hanya menghadirkan pengalaman minum kopi saja namun para pelanggan bisa mendapatkan pengalaman baru lewat serangkaian obrolan dan interaksi dengan barista di Zala Coffee. Zala Coffee memiliki visi untuk menciptakan pengalaman yang mendalam serta interaksi yang hangat dengan para pengunjung. Beberapa rintangan yang dihadapi pemilik Zala Coffee dalam membangun tokonya termasuk dalam permasalahan desain dan visual.

Berdasarkan observasi dan serangkaian wawancara yang penulis telah lakukan, Zala Coffee menghadapi beberapa permasalahan terkait identitas yang dimiliki, terutama dalam implementasi logo pada berbagai media turunan yang ada. Zala Coffee tidak memiliki panduan atau acuan dalam penggunaan serta identitas visual yang dimiliki sehingga penerapan dan penetapan identitas visual Zala Coffee belum terkonsep secara baik. Setiap pergantian logo yang tidak pernah diannounce kepada pelanggan juga dapat memberikan kebingungan atau persepsi lain diantara pelanggan.

Dari permasalahan yang didapatkan tersebut, penulis telah membuat perancangan ulang identitas visual Zala Coffee serta telah membuat panduan dalam penetapan identitas Zala Coffee agar lebih terstruktur dan terkonsep secara baik. Melalui proses perancangan ulang identitas visual ini, penulis telah melakukan kuesioner *beta test* untuk melihat keberhasilan dari proses perancangan ini. Responden mengatakan jika hasil perancangan ulang dan implementasi media yang dibuat pada perancangan ulang ini sudah baik dalam menggambarkan serta memberikan gambaran terkait USP yang dimiliki oleh Zala Coffee, selain itu implementasi supergrafis, warna dan elemen visual lainnya sudah terkonsep secara baik menurut para responden, penulis telah membuat identitas visual dengan

memadukan konsep yang ada dari hasil *brand mantra*, *tone of voice* & *big idea* yang dimiliki oleh Zala Coffee dalam melayani para pelanggannya, dengan demikian hasil perancangan ini dapat menjawab hasil rumusan masalah yang ditemukan oleh penulis.

Tujuan dibuatnya perancangan ini adalah untuk memberikan identitas baru yang lebih terstruktur secara visual dan media-media turunannya. Diharapkan perancangan ini dapat membuat Zala Coffee tampil secara terstruktur dan selaras lewat semua *asset visual*, *element* dan media yang dimiliki.

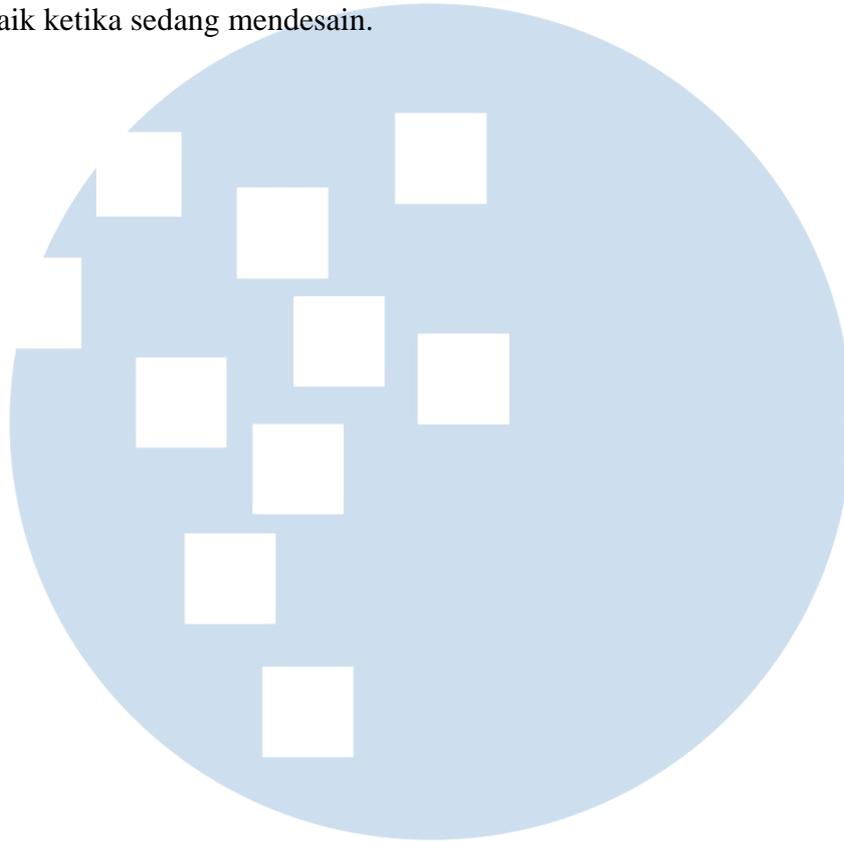
Perancangan ulang identitas visual yang dilakukan ini diharapkan dapat menjadi jawaban atas permasalahan dan persoalan visual yang belum tersampaikan secara baik lewat perancangan ulang. Representasi serta *big idea* yang dikonsepsikan ke dalam identitas yang baru diharapkan dapat membuat Zala Coffee dapat terepresentasi secara baik kepada masyarakat.

## 5.2 Saran

Penulis ingin memberikan saran kepada para pembaca yang akan mengambil tugas akhir dengan tema yang sama mengenai perancangan ulang identitas visual. Bagi para pembaca yang akan mengambil tema tersebut alangkah baiknya mempersiapkan semua informasi dan data yang harus didapatkan, informasi dan data bisa didapatkan lewat para praktisi *branding* yang dapat membantu para pembaca dalam menyelesaikan tugas akhir. Dalam membuat perancangan pastikan para pembaca menggunakan metode yang sesuai dengan tema tugas akhir yang diambil. Penulis menyarankan jika para pembaca akan mengambil perancangan ulang identitas visual gunakan metode dari Alina Wheeler, karena menurut penulis metode tersebut sangat membantu penulis untuk terstruktur dalam mengerjakan perancangan ulang identitas visual Zala Coffee.

Para pembaca juga dapat membaca buku Alina Wheeler yaitu yang berjudul “*Designing Brand Identity*” banyak yang bisa dipelajari dari buku tersebut jika para pembaca akan mengambil tema perancangan ulang di tugas akhir. Perbanyak

referensi ketika anda akan sedang merancang, agar dapat menemukan hasil final yang baik ketika sedang mendesain.



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA