

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Sate bandeng Ibu Amenah merupakan salah satu *brand* makanan lokal yang menjual sajian sate bandeng yang menggunakan bahan baku berkualitas dengan rempah – rempah yang terpilih membuat rasa yang autentik dan berbeda dari sate bandeng yang ada dipasaran, ikan bandeng yang digunakan sebagai bahan baku utama dari sate bandeng Ibu Amenah dibeli dari tambak – tambak lokal di Serang Banten yang mempertenakan ikan bandeng.

Sate Bandeng Ibu Amenah memiliki visi yaitu untuk memajukan komoditas makanan daerah untuk menguatkan kebudayaan daerah, karena masyarakat saat ini sudah mulai melupakan makanan daerah yang seharusnya menjadi salah satu kekayaan budaya daerah. Misi dari Sate Bandeng Ibu Amenah adalah untuk mengenalkan sate bandeng pada masyarakat sebagai makanan daerah yang harus dikembangkan, karena pada saat ini sate bandeng terhambat perkembangannya.

Menurut hasil kuisisioner yang disebar pada masyarakat di tiga daerah besar di provinsi banten yaitu Tangerang, Serang dan Cilegon didapatkan identitas visual dari Sate Bandeng yang lama kurang mendapatkan perhatian dari masyarakat, selain itu identitas visual yang digunakan pada Sate Bandeng Ibu Amenah tidak memiliki konsistensi yang dapat dilihat pada beberapa media yang mereka gunakan terdapat beberapa logo yang menjadi wajah utama dari sebuah *brand* selain itu visual yang digunakan memiliki kemiripan dengan sate bandeng dari *brand* lain yang membuat produk dari Sate Bandeng Ibu Amenah tidak menonjol dari produk lainnya.

Perancangan Identitas visual baru dari Sate Bandeng Ibu Amenah dilakukan dengan tujuan untuk memperbarui identitas pada Sate Bandeng Ibu Amenah yang sebelumnya terlihat tidak konsisten dan tidak dapat dibedakan dengan produk pesaingnya, perancangan ulang identitas visual dari Sate Bandeng Ibu Amenah ini

diharapkan dapat membuat wajah baru untuk *brand* Sate Bandeng Ibu Amenah yang konsisten dan menjadi pembeda dari *brand* sate bandeng lainnya.

Perancangan Identita Visual Sate Bandeng Ibu Amenah ini dilakukan melalui brainstorming yang dilakukan melalui mindmapping sampai mendapatkan big idea yang menjadi landasan pada arah desain, big idea yang merupakan satu kalimat yaitu Sajian dari warisan yang autentik dengan arti makanan yang diwariskan dan dijaga secara turun – temurun, kemudian perancangan dimulai dari identitas visual sampai dengan buku GSM yang mencakup media – media yang digunakan dalam perancangan.

Hasil dari perancangan ulang identitas visual Sate Bandeng Ibu Amenah khas Banten dapat menjawab masalah identitas visual yang sebelumnya dihadapi oleh *brand* Sate Bandeng Ibu Amenah terkait konsistensi pada identitas visual *brand* sampai menjadi pembeda dari *brand* sate bandeng lainnya.

5.2 Saran

Melakukan perancangan ulang identitas visual dari sebuah *brand* atau perusahaan dapat lebih terarah jika memilih dan menggunakan metode dari profesional atau ahli yang tepat dalam perancangan ulang identitas visual. Metode yang digunakan oleh penulis adalah metode yang dibuat Alina Wheeler pada bukunya yang berjudul *Designing Brand Identity*, metode ini digunakan penulis agar pada perancangan identitas visual dari *brand* Sate Bandeng Ibu Amenah terarah dan terstruktur, sehingga perancangan ulang identitas visual ini dapat berjalan dengan efisien dalam waktu dan tenaga. Saran yang dapat diberikan oleh penulis :

- Membuat alur untuk perancangan untuk efisiensi dalam pengerjaan tugas akhir agar dapat menyiapkan perancangan untuk sidang.
- Penting untuk memahami isi dari teori yang dipilih dan digunakan sebagai metode perancangan.

- Dalam pengerjaan projek tugas akhir sangat penting untuk meminta pendapat dari teman maupun dosen yang dapat membantu dalam mengembangkan ide saat melakukan perancangan.
- Sangat penting untuk memilih topik yang dapat dikembangkan dengan baik agar selama proses mengerjakan tugas akhir dapat terlaksana lebih lancar.
- Desain yang dibuat lebih baik dapat dibuat berdasarkan pendalaman dari *psikografis* dari target *audiens*.
- Supergrafis yang dibuat lebih baik dapat menggambarkan *brand* atau produk dan harus memiliki korelasi pada *brand*.
- Harus memasukan mencantumkan nama pencipta dari *typeface* yang didalam GSM.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA