

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Bakmie Ayam Pelangi merupakan sebuah restoran bakmi yang telah berdiri sejak tahun 2004 dengan berbagai varian menu. Menu utama yang menjadi keunggulan Bakmie Ayam Pelangi adalah mie ayam pelangi, yakni sebuah menu mie dengan helai berwarna-warni. Namun, setelah melakukan riset lebih dalam, terdapat sejumlah restoran kompetitor dengan nama serupa yang menawarkan menu serupa. Padahal, identitas visual dari Bakmie Ayam Pelangi selaku pelopor ide menu mie warna-warni belum berciri khas dan kurang konsisten, sehingga terdapat kemungkinan bahwa khalayak luas akan merasa bingung dan terkecoh dengan restoran pesaing.

Melihat potensi yang dimiliki oleh *brand*, penulis menghadirkan sebuah solusi dengan melakukan perancangan ulang pada identitas visual Bakmie Ayam Pelangi. Untuk mengawalinya, penulis perlu memahami terlebih dahulu mengenai *background*, *personality*, nilai-nilai, serta visi-misi dari merek itu sendiri. Kemudian, penulis mengelola setiap informasi yang didapatkan, merancang desain sesuai dengan hal yang ingin disampaikan oleh merek, dan mengimplementasikannya pada berbagai media.

Penulis menggunakan metode penelitian *mix method*, metode perancangan menurut Alina Wheeler dalam bukunya yang berjudul “*Designing Brand Identity*”, dan menetapkan “Warna-warni Ceria, Sehat Nusantara” sebagai *big idea* dari perancangan identitas visual ini. Mengingat ide bisnis bakmi warna-warni yang berasal dari sayur bagi anak-anak dan orang dewasa yang tidak menyukai sayur, maka dibentuklah desain dengan konsep sehat yang disampaikan melalui keceriaan dan cara menyenangkan tanpa meninggalkan kesan makanan khas Nusantara. Penulis merancang identitas visual baru yang terdiri atas logo, *tagline*, supergrafis, maskot, serta pemilihan warna dan tipografi, kemudian

menerapkan setiap identitas visual baru yang ada pada media kolateral, *stationery*, serta media pemasaran secara konsisten dengan menonjolkan ciri khas Bakmie Ayam Pelangi.

5.2 Saran

Perancangan kembali identitas visual sebuah merek membutuhkan usaha dan ide yang besar agar mampu menghasilkan wajah baru dari Bakmie Ayam Pelangi. Penulis perlu melakukan riset yang cukup mendalam mengenai Bakmie Ayam Pelangi itu sendiri dan memahami berbagai pesan, nilai, serta hal lain yang ingin ditonjolkan dari merek. Dalam membuat sebuah desain dengan kesan yang baru dan segar, penulis perlu mencari referensi dan melakukan eksplorasi secara luas agar mampu mendatangkan ide-de baru yang dapat mendukung proses perancangan.

Berikut ini adalah beberapa masukan dan saran yang dapat diperhatikan atau dipertimbangkan oleh calon penulis atau peneliti lainnya yang sekiranya akan menggunakan tema sejenis.

1. Peneliti

Dalam tahap *Conducting Research* sebagai tahap awal proses perancangan, penting bagi penulis untuk memahami visi-misi, nilai, serta hal yang ingin disampaikan oleh merek. Seperti hal apa yang ingin dicapai melalui identitas visual tersebut, siapa yang menjadi target audiensnya, serta hal apa yang dapat membedakan merek yang dipilih dengan merek kompetitor. Pada tahap berikutnya, pastikan bahwa identitas visual yang penulis rancang telah sesuai dengan strategi yang diinginkan dan telah diterapkan secara konsisten pada berbagai media, baik media primer, atau pun media sekunder.

2. Universitas

Untuk Universitas Multimedia Nusantara, penulis merasa tidak ada saran khusus yang perlu disampaikan. Sebaliknya, penulis merasa sangat berterima kasih atas adanya program yang memberi wadah bagi

mahasiswa/i untuk menyelesaikan permasalahan desain dan menerima pengalaman penciptaan solusi desain secara langsung. Untuk masa mendatang, penulis berharap agar universitas dapat terus membantu mahasiswanya dalam mengembangkan kemampuan yang dibutuhkan dalam menghasilkan identitas visual yang tidak hanya terlihat menarik secara visual, namun juga kuat dan relevan bagi target audiensnya.

