

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Ashi Mashi merupakan merek lokal UMKM yang memproduksi makanan ringan yang sehat dan organik dari timur tengah. Ashi Mashi juga memiliki misi sosial dalam mendukung pengungsi Afghanistan dan komunitas lokal dengan memberdayakan pengungsi dalam bekerja dengan Ashi Mashi dan menggunakan bahan organik dari petani lokal. Namun, dalam merepresentasikan nilai yang mereka miliki, Ashi Mashi tidak memiliki identitas visual yang merepresentasikan nilai mereka. Selain itu, UMKM ini juga tidak menggunakan identitas visual yang konsisten dalam penggunaan pada media mereka.

Secara keseluruhan, desain yang telah dirancang penulis telah menjawab masalah penggunaan identitas visual dari Ashi Mashi yang tidak konsisten dan tidak memiliki kekhasannya sendiri. Penulis juga merancang identitas visual dengan memfokuskan kepada nilai yang dipegang Ashi Mashi. Penulis merancang keseluruhan identitas visual untuk merepresentasikan makanan ringan yang sehat dan organik dari timur tengah. Selain itu, penulis juga merepresentasikan nilai misi sosial yang dipegang Ashi Mashi dalam mendukung dan memberdayakan pengungsi Afghanistan dan komunitas lokal. Nilai tersebut direpresentasikan melalui *tone of voice* dan *copywriting* yang telah dirancang penulis.

Dalam implementasi, penulis menggunakan media-media yang dapat digunakan secara langsung untuk Ashi Mashi. Penulis merancang media-media dengan menerapkan identitas visual yang telah dirancang mulai dari logo, warna, tipografi, supergrafis, dan fotografi secara konsisten. Perancangan identitas visual tersebut juga dibuat dengan menggunakan filosofi yang berhubungan dengan nilai dari Ashi Mashi. Identitas visual tersebut, di susun dalam buku *graphic standard manual* sebagai pedoman pemilik Ashi Mashi agar penggunaan identitas visual selanjutnya dapat menjadi lebih konsisten. Selain itu, penulis juga merancang

beberapa media sekunder seperti, *packaging*, media promosi & *advertising*, *merchandise*, *stationery & uniform*, dan media *gimmick*. Media-media tersebut dirancang menggunakan identitas visual dengan menyesuaikan kebutuhan Ashi Mashi dalam bisnisnya.

## 5.2 Saran

Dalam perancangan ini, penulis juga sadar akan adanya celah dan kekurangan yang dapat digunakan sebagai pengembangan terlebih lanjut, terkait dengan masalah, teori, desain maupun penerapan media. Sehingga, penulis juga akan memberikan saran bagi dosen ataupun peneliti dan universitas untuk tetap mempertimbangkan beberapa hal agar menjadi lebih efektif dan relevan dengan penelitian selanjutnya.

Untuk dosen ataupun peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi dan pembelajaran yang tertarik atau sedang melakukan penelitian pada perancangan identitas visual. Peneliti dapat merancang identitas visual yang dapat merepresentasikan nilai sebuah merek sehingga dapat mudah dikenal dan diketahui bagi target penelitian. Selain itu, peneliti juga disarankan untuk memperhatikan nilai-nilai yang sensitive seperti budaya suatu merek tersebut.

Untuk universitas, penulis berharap bahwa universitas dapat memberikan dukungan kepada mahasiswa yang sedang melakukan penelitian dalam identitas visual sebuah UMKM dengan memberikan referensi dan data untuk membantu peneliti dalam melakukan penelitian.

Setelah melakukan sidang akhir, berikut merupakan catatan dan saran yang diberikan dewan penguji terkait dengan perancangan ulang identitas visual Ashi Mashi:

1. Saat melakukan perancangan, penting untuk memperhatikan data yang telah didapatkan melalui tahap riset sesuai dengan perancangan desain yang akan dirancang nantinya, sehingga nilai perusahaan ataupun merek yang perlu ditunjukkan melalui data tersebut dapat dicerminkan melalui hasil perancangan akhirnya.

2. Ketika melakukan wawancara pada pemilik, lebih baik melakukan wawancara secara tatap muka, sehingga peneliti dapat mendapatkan informasi yang lebih mendalam sebagai pengambilan data dalam merancang sebuah identitas visual suatu merek.
3. Perlu memperhatikan penggunaan elemen visual seperti tipografi pada berbagai media saat di cetak. Perlu memastikan bahwa informasinya dapat disampaikan secara jelas dan terbaca dengan baik.
4. Penggunaan *body text* pada *graphic standard manual* perlu diperkecil agar lebih nyaman untuk dibaca dalam media buku.
5. Media *product price* yang akan digunakan pada *booth* dapat ditambahkan gambar sesuai dengan produk yang ada di *list*, sehingga pembaca dapat dengan mudah mengenali

