

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Selama menjalani program MBKM Proyek Desa ini, penulis mempelajari banyak hal, dimulai dari cara menganalisis permasalahan dan kebutuhan yang dibutuhkan oleh pemilik UMKM. Penulis mempelajari proses pembuatan sebuah identitas visual untuk brand berdasarkan data *real* dari data yang telah dikumpulkan, sehingga konsep dan desain yang dibuat tidak secara keseluruhan berasal dari desainer saja, namun merupakan hasil diskusi dan brainstorming bersama, yang telah melewati berbagai tahapan (*development*) hingga terciptanya sebuah brand identity yang paling pas untuk UMKM terkait. Selain itu, dalam program MBKM Proyek Desa ini, penulis juga mendalami keterampilan skill fotografi yang kurang diasah selama masa perkuliahan, terutama fotografi produk makanan. Penulis mendapatkan beberapa ilmu baru terkait komposisi pengambilan foto dan teori warna yang digunakan untuk objek fotografi tipe-tipe makanan. Setelah melakukan sesi fotografi produk, penulis juga belajar untuk memproduksi foto yang profesional dengan melakukan *foto enhancement*, *color correction*, dan *digital imaging* untuk menyempurnakan hasil foto yang diambil. Sehingga hasil foto yang diciptakan menjadi sebuah asset yang *proper* untuk digunakan dalam perancangan identitas visual baru Kebab Turki Ilhami.

Project rebranding ini dilaksanakan dengan menggunakan prinsip *Design Thinking* by IDEO, yang mana terdiri dari 5 tahapan, yaitu: *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype* dan *test*. Dengan menerapkan prinsip tersebut, penulis merumuskan *big idea* untuk perancangan ini, yaitu “*Bold taste with premium ingredients, within everyone’s reach*” yang dijadikan acuan untuk semua perancangan yang dilakukan dalam project ini. Dengan luaran berupa Logo Baru, Kemasan baru, Foto Produk, *Media Collateral*, dan sebuah GSM yang diciptakan dengan tujuan untuk memperkuat citra merek dan meningkatkan daya tarik visual terhadap konsumen.

5.2 Saran

Beberapa saran yang penulis akan berikan, pertama tertuju kepada calon peneliti atau bagi yang tertarik dalam melakukan perancangan di topik yang serupa. Terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam melakukan perancangan identitas visual untuk sebuah Brand UMKM, salah satunya adalah pengetahuan peneliti terkait Hak Kekayaan Intelektual (HKI). Aspek ini tidak bisa dipandang sebelah mata, karena berperan cukup besar untuk kelancaran keberlangsungan perancangan identitas visual sebuah brand. Hal ini berhubungan dengan pendaftaran nama merek, dst. Kemudian untuk pihak universitas, penulis menyarankan untuk memberikan bimbingan dan bantuan kepada mahasiswa terkait akses untuk mendapatkan data eksternal, sehingga proses perancangan yang dilaksanakan bisa berjalan sesuai dengan timeline yang telah ditentukan. Terakhir, tambahan untuk saran kepada calon peneliti, proses perancangan ini dapat berjalan lebih lancar dengan lebih minim revisi jika kita melibatkan pihak UMKM dalam segala proses desain yang kita lakukan. Hal yang penting untuk diingat adalah desain yang baik bukanlah desain yang memiliki visual yang menarik saja, namun desain yang dapat menyelesaikan masalah dan sesuai dengan kebutuhan klien.

