

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Sand's Healthy Food merupakan usaha catering makanan sehat yang menjual menu program yaitu *slimming*, *double protein*, *healthy meal*, dan *special program* yang disusun oleh ahli gizi. Namun identitas visual yang dimiliki oleh Sand's Healthy Food tidak mencerminkannya sebagai catering makanan sehat yang terpercaya sehingga tidak mengakibatkan timbulnya mispersepsi dari konsumen dan menurunkan minat pembelian dari pelanggan. Hal ini terbukti melalui metode pengumpulan data yaitu wawancara dan kuesioner yang penulis lakukan. Oleh sebab itu, penulis melakukan perancangan ulang identitas visual Sand's Healthy Food dengan menggunakan metode oleh Alina Wheeler melalui lima tahapan perancangan.

Pada tahapan *conducting research* penulis mendapatkan *insight* dari target konsumen dan *brand* yang kemudian digunakan untuk menyusun *brand brief* pada tahapan *clarifying strategy*. Selanjutnya, penulis membuat *mind map*, *moodboard* untuk memunculkan ide-ide. Pada tahapan ketiga yaitu *designing identity*, penulis mulai membuat logo, supergrafis, *icon*, dan fotografi yang mengacu pada *brand brief* pada tahapan sebelumnya yaitu *big idea* “*The Harmony of Nutritious Meal Crafted Just for You*”, *brand mantra* “*nourishment*”, “*healthy*”, dan “*wholesome*” serta *tone of voice* nya yaitu “*encouraging*” dan “*approachable*”. Setelah identitas visual telah selesai dibuat, penulis kemudian menerapkannya ke berbagai media pada tahapan *creating touchpoints*. Pada tahapan terakhir, penulis menyusun buku *Graphic Standard Manual* yang merupakan panduan agar pengaplikasian dari identitas yang baru agar tetap konsisten pengaplikasiannya. Setelah seluruh desain telah selesai, penulis melakukan *beta testing* kepada target audiens dan mendapatkan *feedback* positif terhadap desain yang telah penulis buat. Dapat disimpulkan bahwa desain yang telah penulis rancang sesuai dengan target sasaran desain.

## 5.2 Saran

Setelah selesai menyusun perancangan ini, berikut merupakan saran bagi pembaca agar dapat menjadi lebih baik lagi.

### 5.2.1 Saran Teoritis

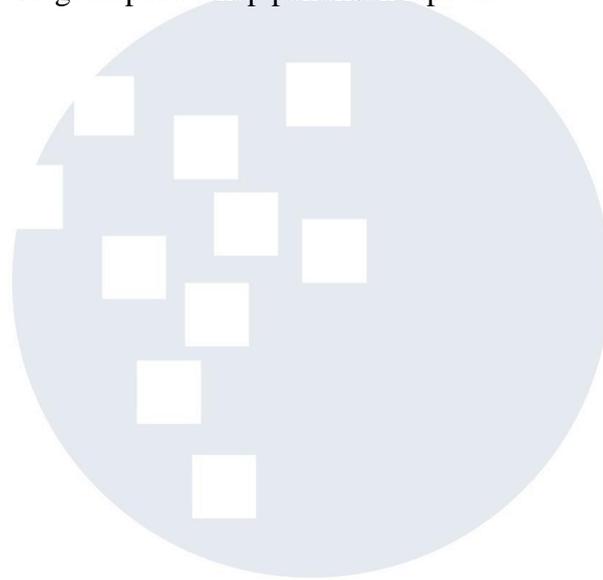
Berikut merupakan saran teoritis yang penulis berikan untuk perancangan kedepannya

1. Meminta saran dari berbagai perspektif ahli desain lainnya untuk memperkaya *insight*
2. Mempertimbangkan membuat media-media kolateral untuk di masa depan dan tidak hanya untuk jangka waktu yang pendek
3. Melakukan eksplorasi lebih luas pada tahapan awal dari perancangan agar mendapatkan ide lebih unik dan banyak
4. Pada tahapan *creating touchpoints* dalam teori perancangan menurut Alina Wheeler (2018), desainer harus menentukan secara lebih seksama media kolateral berdasarkan perilaku konsumen dan tidak hanya terpaku pada teori dalam buku. Sehingga media kolateral yang dipilih dapat berhubungan secara langsung dengan konsumen. Contohnya seperti stationery yaitu kop surat, amplop, dan cap tidak diperlukan karena tidak bersentuhan langsung dengan konsumen.
5. Untuk usaha katering, diperlukan media yang secara jelas menampilkan cara pemesanan, kontak, dan jadwal pengiriman makanan agar konsumen tidak mengalami kebingungan.
6. Dalam menyusun *Graphic Standard Manual*, harus secara lengkap memberikan panduan informasi pada desain media kolateral sehingga dapat mendukung dalam menjaga konsistensi dari identitas visual yang baru.

### 5.2.2 Saran Praktis

1. Menyusun *timeline* agar pengerjaan dapat selesai tepat pada waktunya secara maksimal

2. Mempertimbangkan jumlah media yang akan dibuat agar tidak mengalami keteteran ketika mendekati waktu *deadline*
3. Membuat format laporan yang tepat agar tidak perlu memperbaiki di akhir sebelum pengumpulan
4. Mengumpulkan data sebanyak mungkin yang dimana akan berguna pada tahap penulisan laporan



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA