

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Mie Ayam Jamur Choy merupakan sebuah restoran Mie Ayam Jamur yang ada di Kalimulya. Mie Ayam Jamur Choy mempunyai masalah lapangan dimana terdapat banyak kompetitor dari Mie Ayam Jamur Choy yang juga berjualan di dekat lokasi restoran Mie Ayam Jamur Choy tersebut. Di tambah lagi Mie Ayam Jamur Choy sendiri tidak memiliki identitas visual yang bisa memperlihatkan *value* dan juga ikon produknya. Sehingga hal ini menyebabkan banyak orang berpikir bahwa logo Mie Ayam Jamur Choy adalah logo *cafe live music*. Hal ini akhirnya berdampak pada pendapatan dari restoran Mie Ayam Jamur Choy yang semakin lama semakin menurun karena banyak orang melewati restoran Mie Ayam Jamur Choy tersebut. Kemudian untuk target pasar dari Mie Ayam Jamur Choy ini sendiri adalah orang yang berusia 18-40 tahun (target premier) 40-55 tahun (target sekunder) SESnya B serta untuk geografisnya masyarakat di kota Depok, dan untuk orang yang suka mencoba makanan dan hal baru.

Dalam permasalahan dari Mie Ayam Jamur Choy ini akhirnya penulis menggunakan teori desain grafis di sertai dengan teori elemen desain serta dengan teori *branding* untuk menyelesaikan permasalahan identitas visual yang ada pada restoran Mie Ayam Jamur Choy. Teori yang terdapat di dalam bab 2 ini di implementasikan oleh penulis ketika membuat logo untuk Mie Ayam Jamur Choy ini. Dimana penulis mulai mendapatkan makna dari berdirinya suatu *brand*, strategi berdirinya suatu *brand*, teori warna, bentuk dan juga referensi soal identitas visual yang akan digunakan untuk Mie Ayam Jamur Choy tersebut. Serta dengan mengumpulkan berbagai macam teori tersebut Penulis akhirnya dapat mengetahui bagaimana caranya bisa meningkatkan *brand awareness* dan juga menciptakan *brand loyalty* dan *brand recall* agar Mie Ayam Jamur choy bisa menjadi *top of mind* Suatu brand mie ayam jamur.

Penulis kemudian mencari data untuk menyelesaikan permasalahan yang ada di restoran Mie Ayam Jamur Choy tersebut. Penulis melakukan metode penelitian Kualitatif dengan melakukan wawancara dan juga observasi lapangan. Kemudian Penulis juga melakukan metode penelitian kuantitatif dengan melakukan kuesioner yang di sebarakan secara random. Dari data yang diperoleh lewat Wawancara Penulis mendapatkan *insight* bahwa Logo dari Mie Ayam Jamur Choy sekarang belum menampilkan *value* dari Mie Ayam Jamur Choy, Logonya tidak mencerminkan ikon produknya serta logonya di buat dengan asal jadi. Kemudian dari hasil observasi lapangan juga penulis mendapatkan data bahwa ada banyak sekali restoran Mie Ayam yang berjualan di dekat restoran Mie Ayam Jamur Choy. dan lewat kuesioner Penulis juga mendapatkan insight bahwa banyak orang merasa bingung dengan logo dari Mie Ayam Jamur Choy. Oleh karena itu diperlukannya perancangan ulang logonya. Penulis juga mulai menguraikan akan teori yang akan digunakan dalam perancangan logo Mie Ayam Jamur Choy yaitu dengan menggunakan teori dari Alina Wheeler dimana nantinya Penulis akan melakukan *Conducting Research*, *Clarifying Strategy*, *Designing Identity*, *Creating Touchpoint*, dan *Managing Assets*. Serta Penulis melakukan Studi Refrensi, Studi Eksisting.

Dalam penggunaan teori Alina Wheeler dimana penulis melakukan *Conducting Research*, *Clarifying Strategy*, *Designing Identity*, *Creating Touchpoint*, dan *Managing Assets* saat penulis menerapkan teori Alina Wheeler ini penulis melakukan pencarian data lewat tahapan *Conducting Reserach* dengan melakukan wawancara, observasi lapangan, kuesioner, dan juga studi eksisting , serta studi refrensi. Penulis juga melakukan *Clarifing strategy* dengan membuat *brainstorming* melakukan *mindmapping*, membuat *brand brief*, *Big Idea* , *Tagline* dalam tahapan ini penulis mendapatkan *Big Idea* yaitu Satu-Satunya Mie Ayam Jamur Terenak. Kemudian dalam tahapan *Designing Identity* Penulis membuat sketsa logo dan juga mendesain logo Mie Ayam Jamur Choy Dan Supergrafis. Kemudian di tahapan *Creating Touchpoint* Penulis juga mulai merancang media

yang akan di gunakan Mie Ayam Jamur Choy serta implementasi logo Mie Ayam Jamur Choy dis sertai dengan supergrafisnya untuk media yang akan di gunakan Mie Ayam Jamur Choy.

Jadi untuk permasalahan Mie Ayam Jamur Choy ini logonya tidak mencerminkan ikon produknya serta tidak menampilkan *value* dari Mie Ayam Jamur Choy. Sehingga pada permasalahan ini solusi sudah di lakukan oleh penulis adalah mendesain ulang logo Mie Ayam Jamur Choy agar bisa menampilkan *value* dan juga ikon produknya. Agar Target pasar dari Mie Ayam Jamur Choy bisa langsung mengetahui maksud dari Mie Ayam Jamur Choy lewat logonya.

5.2 Saran

Jadi dari penelitian yang di lakukan ini hal yang perlu dikembangkan oleh penulis adalah dalam mencari tau permasalahan latar belakangnya dengan lebih secara mendalam. Kemudian Penulis juga harus benar-benar memahami visi dan juga misi dan hal yang ingin di samapiakan oleh suatu merek. Serta penulis juga harus mengumpulkan refrensi sebanyak mungkin dalam pembuatan identitas visual agar logo yang di buat tidak rumit dan bisa mudah di gunakan dalam berbagai macam media. Penelitian ini bisa menjadi refrensi untuk penelitian identitas visual suatu restoran kedepannya dimana dalam mendesain ulang suatu logo seorang penulis haru mempertimbangkan betul apakah logo yang di buat bisa mengatasi suatu permasalahan yang dihadapi oleh restoran makanan tersebut.

Berikut ini adalah saran dari penulis kepada pembaca, penulis, dan juga dosen jika ingin membuat penelitian yang serupa. Hal yang harus dilakukan adalah untuk mencari tau detail permasalahannya seperti apa yang akan di angkat, Kemudian saran yang kedua perlunya mengumpulkan teori-teori yang benar-benar akan digunakan dalam suatu perancangan secara visual, Serta di perlukannya observasi yang mendalam, dan yang terakhir perlunay membuat solusi secara visual sesuai dengan target masalah agar permasalahan yang di hadapi bisa teratasi dengan baik dan juga benar secara visual.