

## BAB V

### KESIMPULAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan kesimpulan dari perancangan ulang *brand identity* 181 Coffeeresto, dapat di simpulkan bahwa perancangan ulang *brand identity* 181 Coffeeresto ini telah berhasil menjawab masalah yang terjadi. Perancangan ulang brand identity ini telah dirancang melalui data – data yang *valid* dan mengacu pada prinsip dan teori desain untuk menciptakan identitas baru yang lebih baik.

Proses perancangan di dukung oleh penelitian lapangan dan masukan dari berbagai narasumber dan target audiens. Bertujuan guna memastikan Proses perancangan ulang brand identity dapat mewakili merek dan mudah di mengerti target audiens khususnya wilayah Jakarta Barat. Perancangan ulang *brand identity* bertujuan meningkatkan *brand awareness* 181 Coffeeresto sebagai kafe khas Indonesia Timur, agar masyarakat dapat menyadari dan tertarik dengan 181 Coffeeresto. Proses perancangan ulang brand identity ini meliputi seluruh identitas yang dimiliki 181 Coffeeresto, mulai dari perancangan ulang logo, supergrafis, dan media – media pendukung identitas lainnya seperti *stationary*, kemasan produk, Instagram post dan *merchandise*. Keseluruhan identitas 181 Coffeeresto yang telah di rancang telah di rangkum di dalam *brand guidelines*, yang bertujuan menjadi panduan bagi desainer lain untuk melakukan promosi maupun perancangan.

#### 5.2 Saran

Hasil perancangan ini diharapkan mampu memberikan dampak positif bagi perkembangan merek serta menjadi kontribusi dalam pengembangan ilmu Desain Komunikasi Visual.

## 1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan brand awareness 181 Coffeeresto melalui perancangan ulang brand identity. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah ilmu pengetahuan di bidang Desain Komunikasi Visual, khususnya terkait penerapan teori branding dalam industri kuliner. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang ingin mendalami pengembangan brand identity dengan pendekatan yang relevan dan inovatif.

## 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan praktis bagi dosen peneliti, dan mahasiswa yang ingin mengeksplorasi perancangan ulang brand identity, khususnya dalam konteks bisnis kuliner seperti 181 Coffeeresto. Hasil perancangan ini juga dapat menjadi sumber inspirasi dan referensi dalam mengembangkan strategi visual yang efektif untuk mendukung peningkatan daya tarik merek. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi arsip akademik bagi universitas, sekaligus mendokumentasikan pelaksanaan Tugas Akhir sebagai kontribusi dalam pengembangan ilmu Desain Komunikasi Visual.

