

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Simpulan

Toko Madjoe merupakan usaha toko kue tradisional yang telah berdiri sejak tahun 1930 dengan keunggulan pada cita rasa autentik dan resep turun-temurun. Namun, identitas visual yang dimiliki sebelumnya memiliki tampilan yang kurang relevan bagi konsumen masa kini. Kondisi ini berpotensi menimbulkan mispersepsi terhadap *brand* dan mengurangi daya tarik visual pada media pemasaran maupun kemasan. Temuan ini diperkuat melalui proses pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan kuesioner yang penulis lakukan. Oleh sebab itu, penulis melakukan revitalisasi dengan merancang identitas visual Toko Madjoe dengan menggunakan metode lima tahapan perancangan oleh Alina Wheeler.

Pada tahapan *conducting research*, penulis menggali *insight* dari target konsumen, *brand*, serta kompetitor untuk memahami kebutuhan dan arah visual yang sesuai. Hasil temuan ini kemudian dirumuskan menjadi *brand brief* pada tahapan *clarifying strategy* yang menetapkan *big idea*, nilai *brand*, serta *tone of voice* yang ingin dibangun, yaitu *heritage*, kehangatan, dan keotentikan. Selanjutnya, pada tahapan *designing identity*, penulis mengembangkan elemen visual seperti logo baru, palet warna, tipografi, *supergrafis*, ornamen, ilustrasi, serta elemen pendukung lainnya yang mengacu pada konsep *heritage* yang ingin ditonjolkan.

Setelah identitas visual selesai dirancang, penulis menerapkannya ke berbagai media pada tahapan *creating touchpoints*. Media tersebut meliputi *stationary*, *Packaging*, *merchandise*, *Adsvertising*, dan elemen visual lain yang mendukung konsistensi *brand*. Pada tahapan terakhir, penulis menyusun *Graphic Standard Manual* sebagai panduan penggunaan identitas visual baru agar pengaplikasiannya tetap konsisten di berbagai kebutuhan pemasaran dan komunikasi *brand*.

Setelah seluruh desain selesai, penulis melakukan beta testing kepada target audiens untuk menilai efektivitas identitas visual yang telah dirancang. Berdasarkan hasil kuesioner, mayoritas responden memberikan penilaian positif terhadap keterbacaan logo, konsistensi warna, keharmonisan komposisi, hingga kesesuaian visual dengan konsep *heritage* Toko Madjoe. Hasil ini menunjukkan bahwa identitas visual yang telah dirancang dapat menjawab kebutuhan *brand* dan sesuai dengan preferensi audiens.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa perancangan identitas visual Toko Madjoe dapat mencerminkan karakter tradisional, nilai sejarah, serta kualitas produk yang menjadi keunggulan *brand*. Identitas visual ini diharapkan mampu memperkuat citra *brand* Toko Madjoe, meningkatkan daya tarik visual di berbagai media, serta mendukung keberlanjutan *brand* di tengah persaingan industri kuliner modern.

## 5.2 Saran

Berdasarkan penjabaran kesimpulan perancangan identitas visual Toko Madjoe, berikut adalah saran untuk dosen atau peneliti yang dibagi menjadi dua bagian berdasarkan manfaat teoritis dan praktis yang telah dijelaskan.

1. Dalam merancang identitas visual untuk *brand* yang memiliki sejarah panjang seperti Toko Madjoe, disarankan untuk memulai dengan pengumpulan data yang valid dan kredibel, serta hasil kuesioner yang melibatkan konsumen. Pendekatan ini dapat memastikan bahwa proses perancangan tidak hanya berfokus pada estetika, tetapi juga relevan dengan persepsi dan kebutuhan konsumen.
2. Adapun perancangan media perlu dipertimbangkan lebih lanjut disesuaikan dengan kebutuhan yang dibutuhkan oleh Toko Madjoe.
3. Adapun kompetitor seharusnya dipilih dan berada pada garis matriks yang sama agar hasil analisis yang diperoleh lebih akurat dan relevan dalam menciptakan identitas visual.
4. Adapun gaya visual yang dihasilkan sebaiknya menyesuaikan dengan Toko Madjoe yang lebih mengedepankan nilai nostalgic.

Berdasarkan saran untuk dosen atau peneliti tersebut, penulis merumuskan saran untuk universitas berdasarkan manfaat teoretis dan praktis.

1. Universitas diharapkan dapat memberikan dukungan yang lebih luas kepada mahasiswa dalam bentuk akses referensi akademik terkait *branding*, UMKM, dan desain identitas visual, baik melalui perpustakaan digital maupun kerja sama institusi. Selain itu, universitas juga dapat memfasilitasi kolaborasi dengan pelaku UMKM lokal agar mahasiswa memperoleh wawasan langsung dari industri yang relevan.
2. Dalam pengelolaan arsip tugas akhir, universitas disarankan untuk membuat klasifikasi khusus bagi karya yang membahas perancangan identitas visual UMKM atau revitalisasi *brand*. Hal ini akan memudahkan mahasiswa dan peneliti selanjutnya dalam menemukan referensi yang sesuai.

