

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Kedai Sambal Cobek Bu Yudhi adalah sebuah kedai yang menjual ayam geprek sambal kacang dengan proses pembuatan yang panjang, porsi yang banyak, serta harga yang murah. Kedai ini beridiri sejak akhir tahun 2022 di Permata Medang Lestari Gading Serpong. Pada awalnya, kedai ini sepi pengunjung hingga pada akhir tahun 2021 setelah pandemi covid-19, kedai ini mulai ramai dikunjungi mahasiswa UMN hingga pada awal tahun 2025 kedai ini menadapat beberapa *exposure* dari *influencer* di media sosial dan diliput oleh beberapa stasiun TV nasional namun, kedai ini tidak memiliki sebuah identitas visual sehingga tidak memiliki *brand recall* dan *brand recognition* terbukti dari hasil wawancara dan kuesioner yang penulis lakukan. Maka dari itu, Penulis melakukan perancangan identitas visual Kedai Sambal Cobek Bu Yudhi menggunakan metode yang dipaparkan oleh Robin Landa yaitu *5 phase of design process*.

Perancangan ini dimulai dengan pengumpulan data yang penulis lakukan dengan beberapa cara, yaitu dengan wawancara pemilik kedai, kuesioner, dan observasi. Dilanjut dengan pengolahan data hasil wawancara, kuesioner dan observasi dengan membuat *mindmap*, *keyword*, *big idea*, *customer persona*, dan *SWOT* serta menentukan *USP* dari kedai. Setelah langkah-langkah tersebut dilaksanakan, penulis mulai menentukan gaya visual, warna dan dilanjut dengan membuat *moodboard*, *reference board*, dan penentuan *color pallete* di lanjut dengan sketsa desain. Setelah membuat sketsa dan mendiskusikannya dengan dosen pembimbing dan dosen spesialis, penulis lanjut melakukan tahap *finishing* dan membuat *supergrafis* untuk kemudian menentukan media pendukung serta menerapkan desain ke media media yang sudah di tentukan dan dimasukkan ke dalam *GSM* sebagai media utama. Tahap terakhir, penulis melakukan *market validation* kepada target audiens untuk mendapatkan *feedback* apakah desain sudah sesuai dengan target yang penulis tuju.

5.2 Saran

Setelah proses perancangan identitas visual yang sudah penulis buat, terdapat beberapa celah atau peluang lebih yang masih dapat dikembangkan lagi baik dari sisi penerapan desain logo dan penerapan teori. Agar perancangan yang dapat berdampak dengan optimal, terdapat beberapa saran dan masukan ketua siding dan dosen penguji yang dimana beliau menyatakan bahwa Dalam upaya penyempurnaan proses perancangan dan penelitian ini dapat diimplementasikan dengan optimal dan efektif bagi target audiens. Penulis juga ingin menyampaikan beberapa saran untuk peneliti atau desainer selanjutnya yang ingin melakukan perancangan serupa, yaitu

1. Dosen/ Peneliti

Melalui perancangan ini, penulis berharap dapat menjadi wawasan tambahan bagi peneliti lain yang akan melakukan perancangan yang sama yaitu perancangan identitas visual terutama untuk skala UMKM. Penulis menyarankan untuk lebih melakukan mendalam pada tahapan *research* yaitu tahapan dimana peneliti mencari informasi agar lebih memahami visi misi, nilai, atau kesan dan pesan dari objek penelitian serta terapkan desain pada semua media dengan konsisten.

2. Universitas

Penulis tidak memiliki saran untuk Universitas Multimedia Nusantara sebaliknya, penulis berterima kasih atas pengadaan program yang sudah memberikan wadah bagi mahasiswa untuk mengeksplor kreativitasnya melalui permasalahan-permasalahan desain yang ada untuk kemudian diselesaikan melalui desain sehingga mahasiswa dapat menghasilkan desain identitas visual yang bernilai, bermakna, namun tidak hanya terlihat menarik dan memberikan kesan kuat bagi target audiens.