



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1. Kesimpulan

Dimulai dari hobi dan juga pengalaman di bidang perhotelan maka terciptalah *ice cream shop* Hubble Scoop Creamery, usaha ini dijalankan pertama kali melalui bazaar to bazaar hingga akhirnya memiliki *outlet* sendiri yang terletak di BSD City, Tangerang Selatan. Salah satu keunggulan kuat yang dimiliki oleh Hubble Scoop Creamery adalah memiliki jenis rasa es krim yang unik dan yang pertama yang ada di Indonesia yaitu es krim dengan rasa daging panggang. Selain itu, Hubble Scoop Creamery memiliki *Gallery Art* yang terletak di lantai dua pada outlet. Hal itu dapat meningkatkan daya tarik bagi konsumen, khususnya pada konsumen yang memiliki ketertarikan dengan seni. Banyaknya jenis produk serupa menyebabkan Hubble Scoop Creamery harus memiliki differensiasi yang kuat daripada merek-merek serupa.

Peran identitas visual secara keseluruhan sangat berperan penting dalam memberikan *positioning* yang tepat kepada masyarakat sehingga dapat bertahan dari *competitor* sejenis lainnya. Dalam perancangan identitas visual, diperlukannya riset secara keseluruhan terhadap es krim Hubble Scoop Creamery, mulai dari produk, keunggulan, termasuk target yang lebih spesifik yaitu dewasa muda.

Identitas visual yang baru dirancang guna memberikan differensiasi dan berangkat nilai-nilai konsep serta *big idea* dari Hubble Scoop Creamery yang

ingin disampaikan pada dewasa muda. Setelah perancangan selesai dibutuhkan sebuah aturan untuk menjaga konsistensi dengan bagaimana identitas visual tersebut disampaikan. Yang kemudian akan diterapkan pada berbagai macam media seperti poster, brosur, aplikasi media promosi, *Point of Purchase*, serta *packaging* untuk es krim Hubble Scoop Creamery. Melalui perancangan Tugas Akhir ini, diharapkan berdasarkan hal tersebut dapat memberikan differensiasi yang kuat dengan *positioning* Hubble Scoop Creamery, sebagai *ice cream shop* yang unik dan berbeda dari yang lainnya.

Maka kesimpulannya bahwa logo yang baik adalah logo yang dapat merepresentasikan kata *artsy*, *creative*, *cheerful* dan *young*. Hal tersebut diwujudkan dari *logogram* dan juga tipografi yang terdapat dari logo Hubble Scoop Creamery. Logogram yang merupakan seorang astronot yang memegang tumpukan planet yang dianggap sebagai planet-planet luar angkasa, dan juga terdapat unsur-unsur elemen beserta warna yang sesuai dengan konsep dari Hubble Scoop Creamery.

## 5.2. Saran

Perancangan identitas visual merupakan topik yang memerlukan beberapa hal untuk diperhatikan dalam proses perancangannya, antara lain:

1. Perlu adanya penelitian lebih dalam dan menyeluruh mengenai identitas visual serta pendukung seperti *logogram* dan *logotype*, warna, tipografi, dan aplikasi lainnya, termasuk pandangan atau *image* mengenai perusahaan di mata konsumen melalui observasi lebih lanjut;

2. Bagi mahasiswa kedepannya yang akan mengangkat identitas visual sebagai Tugas Akhir, kan lebih baik jika mempelajari lebih mendalam tentang *Graphic Standard Manual*, kemudian dibuat secara komprehensif, lebih detail dan juga mudah dimengerti. Hal ini akan mempermudah pengaplikasian pihak-pihak yang menggunakan identitas visual tersebut kedepannya;
3. Untuk mahasiswa dan mahasiswi angkatan berikutnya, melalui Tugas Akhir ini, mahasiswa belajar untuk mencari jalan yang efektif dan efisien tanpa menghilangkan kesenangan pribadi yang teriris oleh tengatnya waktu. Dengan kekuatan kebersamaan dalam berjuang, dipercaya semangat akan timbul, mungkin tidak akan mudah. Tapi berusaha secara totalitas, semua akan kembali tidak sia-sia.

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA