

## **BAB V. KESIMPULAN & SARAN**

### **V.1 Kesimpulan**

Tree Coffee Roastery bekerja sama dengan petani kopi lokal bukit Palasari, tepatnya di daerah kebun kopi miliknya pribadi di desa Pangeteran, Mekarmanik, Kota Bandung menjadikan kopi Arabika Palasari sebagai identitas produknya. Selain biji kopi Palasari, Tree Coffee Roastery juga menjual biji kopi yang berasal dari daerah lainya, seperti kopi Burangrang, Puntang, Kuningan, Lampung, dan banyak lagi.

Tree Coffee Roastery yang sebagai sebuah merek dari *home industri*, yaitu rumah usaha produk barang atau juga perusahaan kecil. Tree Coffee Roastery yang bertempat di Jl. Ajitunggal, No.36, Kec. Ujungberung, Kota Bandung. Pada logo Tree Coffee Roastery diambilnya nama “Tree Coffee Roastery” atas dasar keinginan untuk mengapresiasi seluruh para petani kopi, terutama petani kopi lokal bukit Palasari, dan juga orang-orang yang terlibat pada proses pasca-panen hingga proses kopi tersebut dipanggang (*roasting*) perlu diapresiasi.

Menurut *owner* Tree Coffee Roastery para petani kopi memiliki peranan 60% dalam memproses kopi tersebut dari pra-panen, panen, hingga pasca panen. Kemudian *roaster* (pemanggang kopi) memiliki peranan 30% hingga kopi yang sudah matang tersebut dikemas, dan penyeduh memiliki peranan 10% dalam menyajikan kopi yang telah diolah petani dan *roaster*. Atas dasar hal tersebut tercetuslah sebuah nama “Tree Coffee Roastery” yang diilustrasikan dengan tangkai pohon kopi, yang didalamnya memiliki arti perjuangan para petani kopi yang memproses buah kopi secara telaten sehingga menghasilkan biji kopi yang berkualitas.

Media utama yang akan dirancang adalah merancang ulang media label kemasan Tree Coffee Roastery yang dinilai belum konsisten dalam mencantumkan konten-konten didalamnya. Perancangan ini diharapkan dapat menguatkan citra *brand* Tree Coffee Roastery juga tersampaikan pesan-pesan didalamnya kepada khalayak sasaran.

Perancangan pada media utama yang merupakan label kemasan produk Tree Coffee Roastery perlu membutuhkan ketelitian untuk dapat mempresentasikan

pesan dan visi dari Tree Coffee Roastery. Perancangan media pendukung juga memerlukan ketelitian agar sesuai dengan media utama. Selain itu juga dalam seluruh perancangan ini perlu membutuhkan ketelitian, sebab hasil akhir pada perancangan ini akan dipublikasikan kepada khalayak sasaran. Hal ini membuat perancang dapat mempelajari tentang perancangan identitas visual label kemasan.

## **V.2 Saran**

Pada perancangan identitas visual label kemasan ini dapat dilanjutkan ketahap yang lebih luas. Dalam perancangan ini, perancang hanya berfokus kepada identitas visual label kemasan produk Tree Coffee Roastery sebagai bentuk memenuhi visi dari *owner* Tree Coffee Roastery, yaitu mengapreseiasi para petani kopi dengan digambarkannya seorang petani muda dan ilustrasi perjalanan kopi tersebut. Perancang memberi saran pada perancangan selanjutnya dapat memuat bahasan yang lebih luas dan memperdalam bahasan mengenai para petani yang selalu dipandang sebelah mata, agar memberikan kesan positif terhadap para petani di Indonesia kepada masyarakat luas.