

## **BAB V. KESIMPULAN**

### **V.1 Kesimpulan**

Tupkies adalah UMKM yang bergerak di bidang kuliner dengan produk utama cookies. Namun, identitas visual yang ada saat ini masih kurang efektif dalam mencerminkan karakter dan visi perusahaan. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa banyak responden tidak mengenali Tupkies sebagai toko makanan atau kue karena logonya tidak mudah diasosiasikan dengan jenis usaha atau citra perusahaan. Selain itu, beberapa pengaplikasian logo kurang terbaca dan identitas visualnya saat ini tidak memiliki konsistensi warna. Oleh karena itu, perancangan ulang identitas visual dilakukan untuk menciptakan citra yang lebih kuat dan konsisten di berbagai platform.

Identitas visual baru ini dirancang untuk menegaskan Tupkies sebagai *cafe* dengan menu utama *cookies*, yang ditujukan bagi anak muda yang energik dan suka berkumpul. Dengan tujuan menciptakan kebahagiaan melalui produk dan memberikan pengalaman yang tak terlupakan, identitas visual ini mencerminkan keceriaan dan kreativitas melalui penggunaan warna yang sejalan dengan *branding* Tupkies yang menyenangkan. Diharapkan, pembaruan ini akan memperjelas siapa Tupkies dan apa yang ditawarkan, sekaligus membangun hubungan yang lebih erat dengan konsumen. Tujuan akhir dari perancangan ulang ini adalah untuk meningkatkan citra merek, *brand awareness*, dan kepercayaan konsumen, serta membedakan Tupkies dari kompetitor agar lebih mudah dikenali dan diingat oleh pelanggan.

### **V.2 Saran**

Untuk perancangan kedepannya disarankan agar lebih memahami permasalahan lembaga dan preferensi khalayak agar solusi desain lebih tepat sasaran. Pengolahan data yang efisien juga diperlukan untuk mendapatkan wawasan yang tepat. Selain itu, perancangan selanjutnya diharapkan dapat lebih mengikuti tren logo untuk mendapatkan referensi dari perkembangan desain terkini guna menciptakan identitas visual yang lebih baik.