

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Kedai Mie & Bakso Bejo Merupakan UMKM yang bergerak di bidang kuliner dengan produk utama mie dan bakso. Namun identitas visual dari kedai ini kurang konsisten pada penerapannya sehingga dikhawatirkan terjadinya salah persepsi mengenai identitas dari kedai terhadap konsumen. Selain itu menurut pemilik kedai, logo dari kedainya dirasa sudah cukup usang dan ada keinginan untuk mengembangkannya agar bisa menggaet konsumen yang baru. Dari hal ini penulis menyarankan adanya perbaikan desain logo dan memastikan bahwa identitas visual kedai mencerminkan citra yang modern dan konsisten.

Perancangan ulang logo Mie & Bakso Bejo Lembang bertujuan untuk memperbarui identitas visual kedai dengan mengatasi kelemahan yang ditemukan pada logo lama seperti kurangnya konsistensi desain. Bentuk dari logo baru masih mempertahankan beberapa elemen desain logo terdahulu agar tidak membuat konsumen lama kebingungan. Agar dapat menyesuaikan dengan berbagai macam media aplikasi, desain logo dibuat dengan beberapa alternatif namun tidak mengubah makna dari logo.

Diharapkan dengan perancangan ulang ini dapat menumbuhkan citra dan semangat baru bagi kedai, serta menggaet konsumen yang lebih luas. Dengan desain yang lebih segar dan relevan, diharapkan Mie & Bakso Bejo dapat memperkuat posisinya di pasar, meningkatkan daya tarik visual, dan memperluas jangkauan audiensnya. Penyegaran ini bertujuan untuk menciptakan kesan yang lebih positif dan memperkuat hubungan dengan pelanggan baru, sambil mempertahankan loyalitas dari pelanggan lama.

V.2 Saran

Saran untuk perancang logo selanjutnya adalah agar lebih teliti dalam melakukan uji coba desain di berbagai media dan platform untuk memastikan efektivitas visual logo. Peneliti selanjutnya disarankan untuk memahami tren logo terkini dan menerapkannya dalam desain logo baru, sambil tetap mempertahankan identitas

perusahaan. Selain itu, penting bagi mereka untuk mengkaji lebih banyak referensi agar penelitian menjadi lebih baik dan lengkap. Peneliti juga perlu lebih mempersiapkan diri dalam pengambilan dan pengumpulan data, terutama saat melakukan wawancara, dengan menyusun pertanyaan yang lebih mendalam dan melibatkan narasumber yang kompeten.

Selanjutnya, pemantauan dan evaluasi berkala terhadap desain baru perlu dilakukan untuk menilai apakah logo dan elemen visual lainnya masih relevan dan efektif. Berdasarkan hasil evaluasi tersebut, penyesuaian atau pembaruan dapat dilakukan untuk menjaga identitas visual tetap segar dan sesuai dengan tren pasar. Dengan memperhatikan aspek-aspek ini, perancang di masa mendatang diharapkan dapat mengatasi kekurangan yang ada saat ini dan terus meningkatkan kualitas perancangan untuk mencapai hasil yang lebih optimal dan memenuhi kebutuhan merek secara lebih baik. Saran dan kritik yang membangun juga sangat diharapkan untuk terus memperbaiki proses desain dan hasil akhir.