

BAB V

KESIMPULAN & SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan perancangan ulang identitas visual Dapoer Mang Uzel guna meningkatkan daya saing dan relevansinya di pasar kuliner. Berdasarkan hasil analisis dan proses perancangan yang telah dilakukan dari Bab 1 hingga Bab 4, dapat ditarik beberapa kesimpulan mendalam sebagai berikut:

1. Urgensi Perancangan Ulang Identitas Visual

Dapoer Mang Uzel, sebagai salah satu pelaku UMKM kuliner di Tangerang Selatan, dihadapkan pada tantangan persaingan yang ketat dan kebutuhan untuk tetap relevan di tengah dinamika pasar. Analisis awal menunjukkan bahwa identitas visual sebelumnya memiliki keterbatasan dalam menyampaikan citra modern, membedakan diri dari kompetitor, atau menarik target audiens yang lebih luas. Keterbatasan ini memengaruhi *brand awareness*, persepsi kualitas, atau daya tarik visual, sehingga memunculkan urgensi untuk melakukan perancangan ulang.

2. Pendekatan Strategis dalam Perancangan

Proses perancangan ulang identitas visual Dapoer Mang Uzel tidak hanya berfokus pada aspek estetika semata, melainkan didasarkan pada pendekatan strategis yang komprehensif. Melalui tahapan riset, analisis kompetitor dan audiens, perumusan strategi merek baru, hingga pengembangan desain, penelitian ini berhasil mengidentifikasi nilai-nilai inti Dapoer Mang Uzel yang ingin ditonjolkan, karakteristik audiens baru, atau positioning yang unik. Hal ini memastikan bahwa identitas visual yang baru tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga selaras dengan tujuan bisnis dan proposisi nilai Dapoer Mang Uzel.

3. Implementasi Konsep Desain yang Relevan dan Membangkitkan Selera

Perancangan ulang identitas visual Dapoer Mang Uzel menghasilkan sebuah sistem visual yang baru dan segar, mencakup logo, palet warna, tipografi, dan gaya visual lainnya. Konsep desain yang dipilih berhasil mengomunikasikan kesan hangat, ramah, modern, profesional, kebersihan, atau kelezatan yang sesuai

dengan visi baru Dapoer Mang Uzel. Penggunaan font *rounded* yang ramah, kombinasi warna earthy tone yang hangat, atau ilustrasi bergaya lokal secara efektif mampu membangkitkan selera dan menciptakan persepsi positif di benak konsumen.

4. Potensi Peningkatan *Brand Awareness* dan Daya Saing

Identitas visual Dapoer Mang Uzel yang baru diharapkan mampu meningkatkan *brand awareness*, persepsi kualitas, dan daya tarik bagi pelanggan baru. Dengan visual yang lebih memikat, konsisten, dan relevan dengan target pasar, Dapoer Mang Uzel memiliki pondasi yang lebih kuat untuk menarik perhatian di platform digital, memperluas jangkauan pasar, atau membangun loyalitas pelanggan yang lebih kuat. Perancangan ulang ini menempatkan Dapoer Mang Uzel pada posisi yang lebih baik untuk bersaing secara efektif di industri kuliner yang kompetitif.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan, berikut adalah beberapa saran yang dapat dipertimbangkan untuk Dapoer Mang Uzel maupun bagi penelitian selanjutnya:

1. Saran untuk Dapoer Mang Uzel

Dapoer Mang Uzel disarankan untuk segera dan konsisten mengimplementasikan identitas visual yang baru ini di seluruh titik sentuh merek. Ini mencakup aplikasi pada papan nama, kemasan produk, buku menu, materi promosi cetak maupun digital (seperti brosur dan flyer), serta seluruh platform media sosial. Konsistensi merupakan kunci utama dalam membangun citra merek yang kuat dan mudah diingat oleh konsumen. Selain itu, penting juga untuk melakukan sosialisasi aktif mengenai perubahan identitas visual ini kepada pelanggan setia maupun calon pelanggan, misalnya melalui kampanye digital atau pengumuman khusus yang membangun antusiasme. Untuk keberlanjutan merek, Dapoer Mang Uzel perlu membuat panduan merek (*brand guidelines*) yang detail agar seluruh pihak terkait dapat menerapkan identitas visual secara benar. Evaluasi berkala terhadap efektivitas identitas visual yang baru, melalui survei persepsi atau analisis penjualan, juga sangat dianjurkan untuk memastikan relevansi dan dampaknya. Terakhir, Dapoer Mang Uzel dapat terus

mengembangkan dan memanfaatkan elemen visual pendukung lainnya, seperti ilustrasi atau ikonografi khas, untuk memperkaya dan memperkuat narasi merek.

Pengembangan Brand Guidelines: Membuat panduan merek (brand guidelines) yang detail untuk memastikan seluruh pihak yang terlibat dalam Dapoer Mang Uzel (karyawan, vendor, atau mitra) dapat menerapkan identitas visual secara benar dan konsisten di masa mendatang.

Memanfaatkan Elemen Visual Lain: Selain logo dan palet warna, Dapoer Mang Uzel disarankan untuk mengembangkan dan memanfaatkan elemen visual pendukung lainnya seperti ilustrasi khas, ikonografi, atau pola visual yang dapat memperkaya dan memperkuat identitas merek di berbagai aplikasi.

2. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Penelitian di masa mendatang dapat memperkaya studi ini dengan melakukan evaluasi kuantitatif dan kualitatif pasca-implementasi. Hal ini berarti meneliti dampak nyata dari perancangan ulang identitas visual setelah identitas baru diterapkan dalam jangka waktu tertentu, mengukur peningkatan penjualan, *brand recall*, atau perubahan persepsi konsumen. Selain itu, akan sangat bermanfaat jika dilakukan studi perbandingan antar UMKM kuliner yang berbeda untuk mengidentifikasi pola umum keberhasilan atau tantangan dalam proses perancangan ulang identitas visual. Penelitian selanjutnya juga dapat memperluas cakupan dengan tidak hanya berfokus pada aspek visual, tetapi juga pada elemen-elemen pengalaman merek multidimensi seperti aroma, suara, atau sentuhan dalam konteks kuliner, dan bagaimana elemen-elemen ini dapat diselaraskan untuk menciptakan pengalaman merek yang holistik. Terakhir, analisis lebih mendalam tentang bagaimana identitas visual yang dirancang ulang dapat dioptimalkan secara spesifik untuk platform media digital, seperti Instagram atau aplikasi pesan-antar makanan, akan memberikan wawasan berharga terkait *brand engagement* dan konversi di era digital.