

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Di dalam proses perancangan Visual *branding* Tulen Bake Shop ada hal yang bisa pelajari, bagaimana menentukan sebuah konsep *branding* untuk menciptakan *corporate identity* yang kuat, dari segi visual, pesan apa yang akan disampaikan, hingga menentukan media promosi yang akan digunakan. Proses *branding* dilakukan karena Tulen Bake Shop, belum memiliki *branding* yang cukup kuat sebagai Bakery Shop, dari belum adanya logo hingga *corporate identity* yang mewakili Tulen Bake Shop.

Untuk menciptakan *branding* Tulen Bake Shop yang sesuai, maka dilakukan beberapa pertimbangan yang dilakukan, hingga menemukan beberapa cara yaitu: pertama menghadirkan visual yang sesuai karakter perusahaan, Minimalist Moderen, serta menarik dari segi estetika, yang kedua pembentukan *corporate identity*, dengan memasukan pesan atau informasi yang akan disampaikan kepada *target audience*. Kebaruan dari perancangan Tulen Bake Shop ini ialah terdapat kesan kebudayaan di dalam visualnya tersebut, yaitu beberapa element visual yang menyerupai cap batik, yang disusun menggunakan aset-aset visual yang berkaitan dengan unsur bahan roti. Kesulitan yang ditemui pada perancangan ini adalah, menentukan konteks yang menjadi landasan pembentukan *corporate identity*. Serta komunikasi kepada pemilik Tulen Bake Shop yang *slow respon*, Perlu adanya pendalaman riset terhadap objek sasaran yang dituju, supaya dalam melakukan proses perancangan ini konteks yang jelas dan sesuai dengan *corporate identity* dalam menyampaikan setiap informasi. Pemilihan media promosi berupa media virtual seperti Instagram memiliki jangkauan yang cukup tinggi serta lebih efektif, terutam di era pandemic Covid-19 dikarenakan semua akses saat ini menggunakan media daring sehingga dapat menjangkau target *audience*. Media pendukung juga turut dirancang sebagai upaya memaksimalkan jangkauan target *audience*. Beberapa media pendukung yang telah dirancang diantaranya: poster, x-banner, kartu nama, stampel, serta *merchandise*.

B. Saran

Setelah penulis menyelesaikan Perancangan Visual *Branding* Tulen Bake Shop Yogyakarta ini, ada beberapa saran dari penulis yang dapat bermanfaat bagi pembaca serta perancangan lain dalam membuat perancangan visual *branding* sebuah usaha, diantaranya adalah:

1. Memperbanyak referensi untuk menentukan elemen *visual* yang akan dibuat, agar elemen visual yang dibuat dapat berkesinambungan dan menjadikan salah satu daya tarik bagi *target audience*.
2. Beberapa hal yang menjadi kekurangan penulis dalam perancangan ini yaitu, konten informasi perlu dipertajam lagi, melalui proses *brainstorming* atau melakukan riset mendalam terhadap objek yang diteliti, untuk menambah referensi dan mempertajam proses komunikasi.
3. Perancang mampu mengatur waktu sebaik mungkin agar mendapatkan hasil yang maksimal.
4. Sebaiknya memiliki persiapan yang cukup matang, dari segi ide, alat yang digunakan, maupun teknis, dalam perancangan ini penulis menyadari bahwa belum dapat memaksimalkan hal tersebut dikarenakan fotografi makanan memerlukan konsep yang matang agar tampilan produk bisa menarik perhatian konsumen, sehingga penulis melihat foto yang dihasilkan masih kurang untuk menyampaikan informasi yang diinginkan.

DAFTAR PUSTAKA

A. Literatur Buku

- Aaker, A. David. 2013. *Manajemen Ekuitas Merek*. Alih Bahasa: Aris Ananda, 2013. Jakarta: Spektrum Mitra Utama
- Ali, Hasan . 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta. CAPS (Center For Academic Publishing Service)
- Ardhi, Yudha. 2013. *Merancang Media Promosi Unik dan Menarik*. Yogyakarta : Taka Publisher
- Basuki. Freddy Adiono. 2000. *Komunikasi Grafis untuk Sekolah Menengah Kejuruan Bidang Keahlian Seni Rupa dan Kriya*, Penerbit Pusat Pembukuan Departemen Pendidikan Nasional, Jakarta.
- Bungin, Burhan. 2015. *Komunikasi Pariwisata (Tourism Communication): Pemasaran dan Brand Destinasi*. Jakarta: Pnadamedia Group.
- Cannon, Joseph P., (terj.). 2008. *Pemasaran Dasar*. Edisi 16, Jakarta: Salemba Empat.
- Danton, Sihombing. 2001. *Tipografi Dalam Desain Grafis*. Jakarta: Gramedia.
- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta. Penerbit: Andi.
- Maharsi, Indiria. 2013. *Tipografi*. Yogyakarta: PT. Buku Seru.
- Maharsi, Indiria. 2016. *Ilustrasi*. Yogyakarta: Badan Penerbit ISI Yogyakarta Nurhadiat, Dedi. (2004). Pendidikan Seni Rupa. Jakarta: PT Grasindo.54.
- Mudjajanto, Eddy setyo dan Yulianti, Lilik Noor., 2004. *Membuat Aneka Roti*. Jakarta. Penebar Swadaya.
- Pujiriyanto. 2005. *Desain Grafis Komputer (Teori Desain Grafis Komputer)*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Saladin, Djaslim, 2003. *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*. Cetakan Ketiga, Bandung: Linda Karya.
- Sanyoto, Sadjiman Ebdi. 2009. *Nirmana Elemen-elemen Seni dan Desain*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Sutojo, Siswanto. 2004. *Membangun Citra Perusahaan*. Jakarta: Damar Mulia Pustaka.

Tinarbuko, Sumbo. 2017. *Membaca Tanda dan Makna Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Penerbit BP ISI Yogyakarta.

Wirania, Swasty. 2016. *Branding Memahami dan Merancang Strategi Merek*. Jakarta : Rosda.

Wiryawan, B. Mendiola, 2008. *Kamus Brand A-Z*, Jakarta, Red & White Publishing.

B. Skripsi dan Makalah

Dasril, Alexander. 2017. *Perancangan Corporate Identity Reckless Store Padang*. Fakultas Bahasa dan Seni (FBS) Universitas Negeri Padang.

Lyliana Dharmadi, Ayvi, Bing Bedjo Tanudjaja, Daniel Kurniawan Salamoon, *Perancangan Visual Branding Media Promosi Kampoeng Djawi Kabupaten Jombang*. Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra Siwalankerto, Surabaya.

C. Website

Asal Mula Kue dan Roti <https://ganauny.wordpress.com>, diakses pada, 03 Mei 2021, pukul 14.55

Berapa lama Orang Indonesia Akses Internet dan Medsos Setiap Hari? <https://tekno.kompas.com>, diakses pada, 28 Maret 2021, pukul 19.35

Apa Itu Visual Branding? <https://ngalup.co>, diakses pada, 02 Mei 2021, pukul 20.55

Data UMKM <http://bappeda.jogjapro.go.id>, diakses pada, 13 Januari 2021, pukul 01.35

Apa bedanya roti bluder dan roti biasa? <https://www.kompas.com>, diakses pada, 13 Januari 2021, pukul 01.47

D. Narasumber

Bernadus Alan. 2021 “Wawancara Tulen Bake Shop”. Yogyakarta