

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil data yang telah diperoleh melalui wawancara dan observasi secara langsung, ditemukan bahwa D'Grunara memiliki sebuah karakteristik yang dapat ditonjolkan. karakteristik tersebut yakni, tidak seperti kompetitor - kompetitor lainnya yang menggunakan pupuk kimia sebagai komponen media tanam pada budidaya produknya, melainkan D'Grunara menggunakan pupuk organik buatan sendiri sebagai komponen utama media tanamnya. Namun sayangnya D'Grunara belum memiliki identitas visual yang dapat menggambarkan karakteristiknya tersebut. Hal itu menyebabkan D'Grunara belum cukup dikenal oleh masyarakat luas. Maka dari itu untuk mengatasi permasalahan tersebut, dibuatlah perancangan identitas visual D'Grunara yang telah disesuaikan dengan *positioningnya*, yaitu sebagai satu - satunya toko yang menjual produk kaktus dan sukulen dengan menggunakan pupuk organik. Dengan begitu masyarakat akan lebih mengenal dan mengetahui karakteristik yang dimiliki D'Grunara melalui tampilan identitas visual yang disajikan dan dituangkan langsung ke dalam berbagai media.

Pada perancangan ini, identitas visual dibuat melalui beberapa proses tahapan seperti pengumpulan data yang dilakukan melalui wawancara, observasi dan juga studi literatur. Lalu dilanjutkan dengan membuat perancangan logo yang diawali dengan pembuatan *brainstorming* untuk menemukan kata kunci yang sesuai dengan D'Grunara yakni "kaktus" dan juga "organik". Berdasarkan kata kunci tersebut, dibuatlah stilasi dari beberapa elemen visual yang dapat merepresentasikan D'Grunara, yaitu bentuk kaktus dan juga daun yang digabungkan menjadi sebuah logo yang memiliki makna. Penentuan warna pada perancangan identitas visual ini diambil dari warna – warna yang memiliki makna alam, seperti coklat yang melambangkan warna tanah atau pupuk serta kesuburan, dan juga hijau yang merupakan warna yang

berasosiasi langsung dengan alam serta mencerminkan kesan yang alami. Sehingga dua warna tersebut dapat secara langsung merepresentasikan kesan organik yang dimiliki oleh D'Grunara. Tipografi juga ditentukan pada perancangan ini untuk menampilkan nama *brand* dan juga *tagline* serta beberapa informasi lainnya terkait D'Grunara. Berdasarkan hasil studi tipografi yang telah dilakukan, digunakan *font* dengan jenis *sans serif* dan juga *script* sebagai *font* primer dan sekunder yang digunakan untuk pengaplikasian identitas visual D'Grunara pada berbagai media. *Font* tersebut yakni font *Banabo*, *Poppins*, dan juga *Baby Script*.

Setelah melalui beberapa proses dan tahapan, untuk menghindari penggunaan identitas visual yang salah, dibuat juga *Brand Guidelines* yang berisikan rincian informasi terkait D'Grunara yang meliputi identitas, penetapan aturan tentang komposisi desain, serta tata cara penggunaan umum dalam penerapan identitas visual ke berbagai media. *Brand Guidelines* ini berfungsi sebagai pedoman merek untuk menjaga konsistensi penggunaan identitas visual yang baik dan benar. Hal tersebut didukung juga dengan penyajian identitas visual yang dituangkan secara langsung ke berbagai media seperti *x-banner*, brosur A5, stiker label, desain kemasan, *signage*, kartu nama, nota pembayaran, *apron*, topi dan juga *Instagram ads*.

6.2 Saran

Disadari bahwa perancangan ini masih dapat dikembangkan, maka dari itu diharapkan adanya penelitian lanjutan terkait objek penelitian pada perancangan ini. Salah satu ranah penelitian lanjutan yang disarankan yakni *branding*. Hal tersebut dilakukan supaya tujuan perancangan dalam penelitian ini yaitu meningkatkan *brand awareness* dapat lebih disempurnakan dengan adanya tambahan proses promosi pada penelitian selanjutnya.