

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Masih banyak sekali Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang belum memiliki visual identity didalamnya, padahal visual identity merupakan cara untuk mengkomunikasikan visi, misi, citra, dan karakteristik suatu usaha/produk secara visual. Sama halnya dengan Salsa d'nay usaha yang bergerak di bidang camilan olahan kentang ini masih banyak yang belum mengetahui keberadaannya. Tidak adanya visual identity di dalamnya yang menyebabkan Salsa d'nay ini kurang dikenali oleh masyarakat. Merujuk pada permasalahan di atas, melalui perancangan ini penulis melakukan perancangan visual identity yang dapat menyampaikan pesan dari Salsa d'nay serta mudah dikenali oleh masyarakat, hal tersebut dapat dilakukan dengan merancang logo yang merepresentasikan elemen-elemen dari Salsa d'nay. Setelah mendapatkan konsep perancangan dan pengaplikasian pada media dari visual identity Salsa d'nay yaitu simple dan membangkitkan minat masyarakat sesuai dengan citra produk yang ingin ditampilkan, Penulis juga membuat beberapa media pengaplikasian untuk mempresentasikan citra produk dan membangun citra positif dengan harapan supaya Salsa d'nay dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas.

6.2 Saran

Saran untuk penelitian selanjutnya yaitu perancangan ini dapat dilanjutkan dalam ranah branding untuk dapat lebih lagi menyempurnakan kegiatan promosi supaya Salsa d'nay semakin dikenal tidak hanya oleh konsumen dan masyarakat Tangerang Selatan melainkan hingga keluar kota.