

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan proses penelitian dan perancangan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Sendjati Coffee & Resto membutuhkan identitas visual yang lebih konsisten dan terarah untuk memperkuat karakter merek serta meningkatkan kemudahan konsumen dalam mengenali merek. Permasalahan tersebut terlihat daribelum adanya pedoman yang mengatur penerapan identitas visual secara menyeluruh pada berbagai media komunikasi.

Perancangan ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi literatur. Data yang diperoleh kemudian dianalisis untuk memahami karakter merek, kebutuhan komunikasi visual, target audiens, serta media yang sesuai dengan Sendjati Coffee & Resto. Hasil analisis tersebut menjadi dasar dalam menentukan konsep visual yang menampilkan karakter **hangat, alami, nyaman, modern, dan sederhana.**

Hasil akhir perancangan berupa **Brand Guidelines Sendjati Coffee & Resto** yang memuat aturan dan pedoman penggunaan identitas visual, meliputi logo, logotype, warna, tipografi, supergraphic, pattern, fotografi, serta tone and voice. Identitas visual tersebut kemudian diterapkan pada beberapa media pendukung, seperti buku menu, desain Instagram, apron, bumper logo, dan merchandise.

Dengan adanya brand guidelines, Sendjati Coffee & Resto memiliki acuan yang lebih jelas dalam menerapkan identitas merek secara konsisten. Perancangan ini diharapkan dapat membantu meningkatkan profesionalitas tampilan merek, memperkuat daya ingat konsumen terhadap Sendjati Coffee & Resto, serta membangun citra yang lebih kuat dan mudah dikenali di tengah persaingan usaha kuliner.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil perancangan yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan kepada Sendjati Coffee & Resto. Pertama, seluruh elemen identitas visual sebaiknya diterapkan secara konsisten sesuai dengan aturan yang terdapat dalam brand guidelines, baik pada media cetak maupun media digital.

Kedua, pihak Sendjati Coffee & Resto diharapkan dapat menjaga konsistensi penggunaan logo, warna, tipografi, elemen grafis, fotografi, dan gaya komunikasi agar karakter merek tetap terlihat seragam pada setiap media. Konsistensi tersebut penting untuk membangun pengenalan dan kepercayaan konsumen terhadap merek.

Ketiga, media pendukung seperti Instagram, buku menu, apron, bumper logo, dan merchandise dapat dikembangkan secara berkala mengikuti kebutuhan komunikasi dan perkembangan usaha, namun tetap mengacu pada identitas visual yang telah ditetapkan.

Terakhir, brand guidelines perlu diperbarui apabila terdapat perubahan pada strategi merek, target audiens, produk, maupun media komunikasi. Evaluasi secara berkala diperlukan agar identitas visual Sendjati Coffee & Resto tetap relevan, efektif, dan mampu mendukung perkembangan bisnis dalam jangka panjang.