

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan proses perancangan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Teko Jalan belum memiliki *Brand Guidebook* yang berfungsi sebagai pedoman dalam menerapkan identitas visual secara konsisten pada seluruh media komunikasi. Kondisi tersebut menyebabkan penggunaan logo, warna, tipografi, serta elemen visual lainnya pada berbagai media, seperti gerobak, banner, cup, apron, buku menu, proposal bisnis, dan media sosial belum memiliki standar yang seragam sehingga citra merek belum terbentuk secara optimal.

Melalui penelitian ini berhasil dirancang sebuah *Brand Guidebook* Teko Jalan dengan konsep *Simple Street Branding* yang mengedepankan karakter sederhana, modern, bersih, dan mudah dikenali. *Brand Guidebook* memuat pedoman penggunaan identitas visual yang terdiri atas profil merek, visi dan misi, filosofi logo, aturan penggunaan logo, sistem warna, tipografi, *brand tone and voice*, elemen visual, serta contoh penerapan identitas visual pada berbagai media pendukung.

Hasil perancangan ini diharapkan mampu menjadi acuan bagi pemilik maupun calon mitra franchise dalam menerapkan identitas visual Teko Jalan secara konsisten. Dengan adanya *Brand Guidebook*, identitas merek akan lebih

mudah dikenali, meningkatkan citra profesional usaha, memperkuat kepercayaan konsumen, serta mendukung pengembangan bisnis franchise Teko Jalan secara lebih terarah dan berkelanjutan.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil perancangan yang telah dilakukan, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut.

5.2.1. Bagi Teko Jalan, disarankan untuk menerapkan *Brand Guidebook* secara konsisten pada seluruh media komunikasi, baik media cetak maupun digital, sehingga identitas visual tetap seragam dan mampu memperkuat citra merek.

5.2.2. Bagi pemilik dan calon mitra franchise, *Brand Guidebook* diharapkan dapat digunakan sebagai pedoman utama dalam penggunaan logo, warna, tipografi, elemen visual, serta gaya komunikasi agar seluruh outlet memiliki standar identitas visual yang sama.

5.2.3. Bagi pengembangan merek di masa mendatang, *Brand Guidebook* dapat diperbarui secara berkala sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan bisnis tanpa menghilangkan karakter utama Teko Jalan sebagai brand *street beverage*.

5.2.4. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk mengembangkan perancangan identitas visual pada aspek yang lebih luas, seperti sistem desain digital (*design system*), pengembangan

kemasan, aplikasi identitas visual pada interior outlet, maupun strategi komunikasi visual yang mendukung pengembangan bisnis franchise.