

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

a. Kesimpulan

1. Penulis berhasil melakukan pengkaryaan dengan merancang *Brand Identity* untuk meningkatkan *Brand Recognition* UMKM Doy.Dough serta membantu memperkuat identitas merek di kalangan konsumen.
2. Penulis berhasil melakukan perancangan elemen *Brand Identity* berupa *tagline* serta implementasi desain pada berbagai media pendukung, seperti kemasan box, *paper bag*, standing banner, dan media promosi lainnya untuk membantu Doy.Dough membedakan produknya dari kompetitor sejenis.
3. *Brand Identity* yang dirancang dalam pengkaryaan ini menerapkan kombinasi elemen visual yang konsisten, meliputi penggunaan warna pastel dengan nuansa hangat dan *playful* yang merepresentasikan karakter Doy.Dough. Elemen-elemen visual tersebut mampu menciptakan identitas merek yang lebih menarik, mudah dikenali, dan sesuai dengan target konsumen.
4. Melalui penggunaan elemen desain yang telah dirancang, *Brand Identity* tidak hanya berfungsi sebagai pembeda dari kompetitor, tetapi juga mampu membangun asosiasi visual yang kuat di benak konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa perancangan *Brand Identity* pada Doy.Dough dapat membantu meningkatkan *Brand Recognition* serta memperluas visibilitas merek kepada masyarakat.
5. Tujuan perancangan *Brand Identity* untuk meningkatkan *Brand Recognition* Doy.Dough berhasil tercapai. Hal ini ditunjukkan melalui terciptanya identitas merek yang konsisten dan mudah dikenali melalui penerapan elemen visual serta verbal yang sesuai dengan karakter merek, sehingga membantu meningkatkan daya ingat dan pengenalan konsumen terhadap Doy.Dough.

b. Saran

Dalam proses pembuatan karya tugas akhir ini, penulis menyadari bahwa masih terdapat beberapa kekurangan, baik dari segi proses produksi, desain, maupun aspek pendukung lainnya. Oleh karena itu, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Dalam proses pengerjaan tugas akhir mulai dari tahap awal hingga proses produksi selesai, penting untuk menjaga komunikasi yang baik dengan pihak UMKM agar proses perancangan *Brand Identity* dapat berjalan lebih lancar dan meminimalisir terjadinya kesalahpahaman.
2. Bagi pihak UMKM Doy.Dough, disarankan untuk menerapkan elemen *Brand Identity* secara konsisten pada seluruh media promosi dan kemasan produk agar identitas merek yang telah dirancang dapat lebih mudah dikenali dan diingat oleh konsumen.
3. Penulis juga disarankan untuk terus mempelajari dan mencoba berbagai aplikasi editing maupun *software* desain lainnya yang lebih berkembang agar dapat menunjang proses pembuatan desain menjadi lebih maksimal dan kreatif.
4. Selain itu, penulis perlu memperbanyak referensi desain melalui internet, media sosial, maupun mengamati secara langsung toko *dessert* dan *bakery* lainnya sebagai bahan inspirasi dalam mengembangkan konsep *Brand Identity*.
5. Pemilihan vendor percetakan juga perlu diperhatikan dengan baik karena kualitas hasil cetak sangat memengaruhi hasil akhir desain yang telah dibuat, baik dari segi warna, bahan, maupun tampilan keseluruhan media cetak.