

BAB V

PENUTUP

Kesimpulan

Shafa Cake & Bakery, sebagai salah satu usaha yang telah berdiri sejak lama, menghadapi tantangan dalam meningkatkan daya saingnya akibat lemahnya identitas visual perusahaan. Perancangan ulang identitas visual yang dilakukan oleh penulis mencakup elemen-elemen seperti logo, palet warna, tipografi, dan konten visual yang bertujuan untuk menciptakan citra yang lebih profesional dan menarik.

Logo baru menggabungkan elemen rumah, kue, topi koki, dan inisial "S", yang masing-masing memiliki makna simbolis mendalam. Rumah melambangkan kenyamanan dan kehangatan, mencerminkan nilai "homemade" yang menjadi ciri khas Shafa Cake & Bakery. Kue dan topi koki merepresentasikan keahlian dan kualitas dalam pembuatan produk, menegaskan profesionalisme usaha ini di industri kuliner. Sementara itu, inisial "S" tidak hanya menjadi identitas merek tetapi juga memberikan kesan personal dan eksklusif.

Palet warna hangat seperti coklat tua, kuning, krem, dan oranye digunakan untuk merepresentasikan profesionalisme, kelezatan, serta energi positif yang ingin disampaikan kepada pelanggan. Kombinasi tipografi Super Caramel untuk headline dan Nunito untuk teks pendukung menciptakan kesan modern sekaligus ramah, memperkuat citra brand yang bersahabat dan mudah diakses oleh berbagai kalangan.

Pemanfaatan media sosial sebagai platform utama dalam strategi branding bertujuan untuk meningkatkan brand awareness melalui konten visual yang menarik dan interaktif. Kendala yang dihadapi selama proses produksi, seperti miss komunikasi dan perubahan konsep mendadak, berhasil diatasi dengan meningkatkan komunikasi awal dan melakukan kajian mendalam sebelum persetujuan konsep.

Dengan adanya pembaruan identitas visual ini, Shafa Cake & Bakery tidak hanya memperkuat citranya sebagai bisnis yang profesional dan berkualitas tetapi juga membangun hubungan yang lebih erat dengan

pelanggan melalui elemen visual yang merepresentasikan nilai dan karakteristik unik dari merek tersebut.

Saran

Untuk keberlanjutan strategi branding dan pemasaran, disarankan kepada Shafa Cake & Bakery untuk tetap konsisten dalam memperhatikan dan mempresentasikan identitas visualnya secara baik agar mudah diingat oleh konsumen. Perusahaan juga perlu memperdalam strategi pemasaran, khususnya pada platform media sosial, dengan menghadirkan konten yang lebih interaktif seperti polling, giveaway, dan ulasan pelanggan guna meningkatkan loyalitas dan engagement. Evaluasi berkala terhadap penerapan identitas visual juga sangat diperlukan untuk menjaga konsistensi dan relevansi dengan tren pasar. Penyediaan panduan implementasi identitas visual yang lengkap akan membantu tim internal dalam menjaga kesinambungan branding perusahaan.

Saran bagi penulis sendiri adalah untuk lebih mengelola waktu dengan baik guna menghindari miss komunikasi selama proses perancangan yang dapat memengaruhi hasil akhir. Selain itu, penulis juga perlu terus mengembangkan keterampilan desain dan ide-ide kreatif untuk menghasilkan karya yang lebih baik di masa mendatang. Untuk pembaca yang tertarik dengan tema identitas visual, desain grafis, atau komunikasi visual, dokumen ini dapat dijadikan referensi dalam membuat karya serupa. Referensi yang luas dan mendalam akan membantu desainer dalam menciptakan karya yang inovatif dan sesuai dengan kebutuhan pasar.