

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil observasi lapangan, wawancara, kwesioner serta pengumpulan data dan desain akhir diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- Kurangnya visual desain dalam kemasan es krim sehingga kurang menarik para konsumen yang belum mengetahuinya.
- Kurangnya promosi yang dilakukan produsen es karena menganggap sudah banyak orang yang mengetahui produk es tersebut.
- Memberikan identitas yang jelas kepada es krim “Rasa” sehingga produk ini dapat menonjol dibandingkan dengan produk lain yang dijual di cafe tersebut dengan cara memberikan visual grafis yang bernuansa akrab, ramah, dan *familiar* untuk es krim tersebut.
- Dalam merancang ulang visual grafis es krim “Rasa” harus menggunakan pendekatan yang tepat dengan target sehingga desain menjadi tepat sasaran dan desainnya berhasil baik.
- Dalam merancang ulang visual grafis ini juga sebaiknya masih menggunakan sedikit banyak unsur yang terdahulu sehingga identitas yang sudah dibangun tidak hilang begitu saja.

5.2 Saran

Untuk merancang ulang sebuah produk yang sudah memiliki nama besar, memang gampang gampang susah. Seorang desainer grafis harus benar-benar memperhatikan psikologi dan emosi dari target pasar, karena jika salah dalam mentafsirkan keinginan pasar, produk yang tadinya sudah terkenal dan digemari konsumen dapat berubah menjadi produk gagal. Maka dari itu segala aspek yang sudah ditetapkan terdahulu dalam produk tersebut jangan diabaikan dan dihilangkan sebab sudah menjadi satu identitas yang jelas di mata konsumen. Desainer hanya menambahkan beberapa unsur kreatif yang inovatif untuk lebih memajukan suatu produk yang akan di rancang ulang visual identitasnya agar produk tersebut semakin digemari konsumen dan dapat meningkatkan promosi penjualan.