

BAB VII

KESIMPULAN DAN SARAN

7.1 Kesimpulan

Dengan adanya pembentukan *brand* yang benar, maka kegiatan promosi akan berjalan dengan baik dan citra yang dibangun akan meresap dalam benak masyarakat yang melihat. Dengan inipun, visi dan misi yang dimiliki perusahaan akan tergambar dan tersampaikan dengan optimal jika sesuai dengan cara pembentukan yang sesuai kaidah desain komunikasi visual. Perancangan *rebranding* Depot Bu Toegijo ini dirasa cukup penting untuk membangun kembali visual yang sebelumnya belum tercerminkan dengan baik. Dengan menentukan strategi *branding* yang efektif, maka *brand* Depot Bu Toegijo diharapkan mampu mengembangkan usahanya lebih lebar lagi dan *brand* ini mampu lebih dikenal.

Perancangan *rebranding* ini sudah melalui berbagai langkah diantaranya dari proses wawancara, pemberian kuisioner pada pelanggan serta penggalian data lalu dianalisa sampai ditemukan *keyword* yang cocok sebagai perwakilan *brand*. Dari terbentuknya *keyword* tersebut dapat dibuatnya sebuah logo beserta supergrafis yang akhirnya menjadi sebuah identitas untuk *brand* Depot Bu Toegijo beserta media-media yang mendukung berjalannya promosi untuk penjualan produk. Dari semua ini dapat diharapkan mengangkat citra *brand* Depot Bu Toegijo agar lebih menjadi baik lagi dan melebarkan sayap penjualan lebih tinggi.

7.2 Saran

Tak menutupi kemungkinan jika laporan perancangan yang dibuat ini memiliki kekurangan, namun dapat dipastikan jika isinya melingkupi semua segi yang penting dan diperlukan. Semoga dengan adanya perancangan ini dapat memberikan manfaat dalam berbagai pihak untuk kedepannya.