BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

JOBB sebagai *brand* pakaian formal pria yang telah berdiri sejak tahun 1995 dan merupakan salah satu bisnis dari perusahaan *garment* terbesar di Indonesia, dianggap sebagai *brand* yang tidak relevan dengan zaman oleh target audiens nya. Idealnya, dengan eksistensi *brand* yang sudah berjalan selama 20 tahun lebih tersebut sudah memiliki *brand awareness* yang tinggi, dan juga sistem identitas visual yang jelas dan konsisten. Namun, hal tersebut tidak dapat dipenuhi oleh *brand* JOBB, sehingga kalah oleh para kompetitornya yang berdiri pada tahun yang sama atau bahkan dibawah.

Untuk semakin relevan dengan zaman, *brand* JOBB mengambil langkah untuk memulai mem-*positioning* ulang *brand* nya menjadi *brand* pakaian formal pria yang terinspirasi oleh *classic english bespoke tailoring*. Hal ini dilakukan secara bertahap, salah satunya adalah dengan melakukan perancangan ulang logo dan sistem identitas visual. Perancangan ulang logo dapat menjadi sebuah komunikasi bahwa *brand* telah mengalami perubahan ke arah yang lebih baik. Oleh karena itu, sistem identitas visual yang baik sangatlah diperlukan dan tentunya untuk dapat bertahan dalam jangka waktu yang panjang. Harapan penulis setelah dilakukannya perancangan tugas akhir ini adalah:

- Target audiens mulai kembali melihat *brand* JOBB dan menjadikannya sebagai pilihan untuk berbelanja pakaian formal.

Perancangan Identitas... Jessica Martha, FSD UMN, 2016

– Meningkatkan *brand awareness* diantara para kompetitornya yang serupa. Pandangan target audiens selama ini dapat berubah dan menangkap *positioning* yang baru dari *brand* JOBB.

5.2. Saran

Bagi para mahasiswa desain grafis yang ingin melakukan perancangan serupa mengenai *brand* JOBB, saran yang dapat penulis sampaikan adalah:

1. Eksplorasi dan riset mengenai teori *brand communication* yang menjadi penting untuk *brand* JOBB yang tengah melakukan *positioning* ulang.
2. Eksplorasi mengenai media promosi digital dan sosial media yang dapat menjangkau lebih banyak lagi yang tentunya sesuai dengan target audiens.

Saran yang dapat penulis sampaikan untuk pihak Universitas Multimedia Nusantara adalah:

1. Bagi para mahasiswa yang berada di tingkat bawah maupun yang akan menjalani tugas akhir berkaitan dengan perancangan ulang identitas visual, agar lebih mempersiapkan riset yang mendalam baik secara data maupun visual sehingga hasilnya pun akan jauh lebih memuaskan dan dapat memberikan solusi pemecahan yang benar-benar dapat diterapkan.

Perancangan Identitas... Jessica Martha, FSD UMN, 2016