



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Dunia *e-commerce* saat ini sangat menarik, persaingan antar tiap situs *e-commerce* semakin ramai, mereka saling berlomba-lomba untuk merebut hati pelanggan. Dengan berbagai promo, dan banyak *e-commerce* baru yang keluar karena melihat pengguna internet dari tahun ke tahun terus bertambah, dengan persaingan ketat itulah, setiap *e-commerce* dituntut dapat memiliki sesuatu yang menjadi pembeda dan khusus, yang membuat orang tidak akan berhenti berbelanja di situs tersebut jika sudah nyaman.

Nyaman karena pelayanannya, metode pembayarannya, metode pengirimannya dan lain-lain, sebuah *e-commerce* yang baik dapat memberikan sesuatu hal yang beda dari yang lain, membuat orang bila ingin membeli suatu produk, langsung ingat untuk membeli produk tersebut dimana tanpa pikir panjang. Alfaonline dengan keunggulannya pada jaringan distribusi alfamart, diharapkan dapat mengambil hati para pelanggan dengan kemudahan transaksi, pengiriman dan pengambilan barang. Dengan identitas yang baru, dapat membuat suatu brand baru yang masih satu unsur dengan alfamart, namun hadir dalam identitas yang berbeda.

Penjualan sebuah *e-commerce* akan dihitung melalui jumlahnya dalam sebuah grafik, yang diharapkan dapat membuat penjualan Alfaonline.com berubah dan tidak lagi hanya produk kebutuhan rumah tangga yang laku, pentingnya sebuah brand dalam industri retail *e-commerce* ini sangat

berpengaruh terhadap konsumen untuk memilih situs mana yang akan mereka buka untuk berbelanja setiap waktunya. Perancangan visual identitas ini akan membantu untuk merubah setiap komunikasi yang dilakukan brand kepada konsumen, dan pesan yang akan didapat oleh konsumen akan baru dan berbeda dengan yang lama.

5.2. Saran

Dalam merancang sebuah identitas visual, sangat perlu untuk kita mengerti akan masalah yang akan diangkat terlebih dahulu, tentang perusahaan, keunggulannya, permasalahannya, dan pesaingannya di luar saat ini. Karena tentu akan mempermudah dan mempercepat pekerjaan kita dalam membuat desain baik mulai dari sketsa, *mindmapping*, *brainstorming*, dan digitalisasi. Sebuah logo yang baik dapat merepresentasikan pesan secara baik, dan dapat bertahan lama, berdampak positif bagi brand tersebut. Kita harus dapat membagi waktu dengan baik, agar tugas maksimal dan selesai tepat waktu

UMMN