



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

Brand bukanlah logo, dan hal ini adalah salah satu hal yang sangat penting ditengah persaingan bisnis yang sangat ketat, karena hal ini merupakan hal pembeda yang sangat signifikan dengan kompetitor karena brand adalah jati diri, kesan, kenangan, pertemanan dan hal-hal lainnya layaknya seorang manusia.

Tidak ada yang salah dengan mengelola usaha yang sudah mapan dengan cara seperti toko kelontong, brand sudah terbangun dengan sangat baik, semua pelanggan telah hafal dengan unit usahanya, namun satu hal yang pasti yang tidak pernah usai adalah persaingan dalam usaha, apapun usahanya.

Untuk bertahan dalam situasi bisnis tentunya sebuah produk atau produk jasa harus dikenal dan tentunya diingat oleh khalayak ramai. Sebuah identitas visual harus dirancang sedemikian rupa agar dapat menyampaikan pesan yang ditangkap oleh pemirsanya dan dianggap sebagai sebuah simbol kepercayaan pribadi pelanggannya.

Toko YAN atau YAN dalam perancangan ini, memerlukan identitas visual yang konsisten dan seragam, agar para pelanggannya menanamkan kepercayaannya pada satu bentuk YAN yang dilihatnya.

Penulis melihat potensi besar pada unit usaha ini, bukan saja bertahan dalam usaha ini melainkan juga berekspansi di kategori bisnis ini, walau tujuan

untuk berekspansi pada kategori ini belum menjadi prioritas YAN dalam waktu dekat ini.

5.2. Saran

Saran penulis adalah semua pengusaha harus sadar akan branding dan pentingnya identitas visual. Baik wajah dan jiwa, identitas visual biasanya menggambarkan jati diri dari seseorang yang dikenal saat berinteraksi dengan dunia luar. Maka dari itu perawatan pada “wajah dan jiwa” usaha anda adalah hal utama sebelum melakukan strategi-strategi bisnis lainnya. Dalam kasus YAN, “wajah dan jiwa” nya harus disegarkan atau di *refreshment* kembali, agar jati diri yang sudah terbangun baik di masa sebelumnya dapat tersampaikan di masa sekarang.

Penulis beranggapan branding dan perancangan identitas visual adalah hal utama dan pertama pada sebuah bidang usaha setelah menentukan jenis usaha dan sebelum menentukan strategi bisnis dan pemasaran, karena hal tersebut dapat terbentuk oleh jati diri yang ada pada sebuah *branding*.

UMMN