



### **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 Positioning* merupakan suatu cara yang digunakan oleh perusahaan untuk menampilkan keunggulan dari perusahaan tersebut. Apabila suatu perusahaan memiliki kesalahan *brand positioning* maka dapat dilakukan perubahan dengan cara merubah identitas atau tampilan suatu *brand*. *Brand identity* merupakan identitas yang disampaikan ke konsumen dan tampak secara visual bertujuan untuk membentuk persepsi konsumen terhadap suatu *brand*, meningkatkan *awareness*, dan membedakan dari para kompetitor. *Brand identity* berisi kumpulan aspek seperti latar belakang, prinsip, visi dan misi serta *value* dari *brand* tersebut.

Berdasarkan hasil data dan analisa yang dilakukan oleh penulis, dapat diketahui bahwa *International Batik Center & Craft (IBC & Craft)* memiliki *brand positioning* sama dengan kompetitor sehingga tidak ada diferensiasi. Selain itu juga terdapat persepsi visual logo yang salah oleh *audience* dan tidak adanya konsistensi dalam pengaplikasian visual logo di berbagai aplikasi media. Oleh karena itu, diperlukan perancangan ulang *brand positioning* dan visual logo IBC & Craft beserta buku panduan *Graphic Standard Manual* agar tercipta konsistensi citra *brand IBC & Craft*.

Perancangan ulang visual logo IBC & Craft berupa kombinasi dari *logogram* dan *logotype*. Pada *logogram* mengambil motif batik jlamprang berbentuk bunga padma yang melambangkan kehidupan, bentuk ornamen *frame*, dan adanya pergerakan membentuk suatu area. Pada *logotype* mengambil dari unsur Aksara Jawa yang memiliki bentuk tebal-tipis dan melengkung. Penggunaan warna toska pada *logogram* dimaksudkan sebagai salah satu ciri warna batik Pekalongan, warna biru melambangkan kehidupan dan warna hijau sebagai lambang harapan agar *brand* IBC & Craft selalu bertumbuh kearah yang lebih baik. Perancangan visual logo IBC & Craft diterapkan di berbagai aplikasi media dimulai dari *stationary* seperti *business card*, *letter head*, *envelope*, dan lain-lain hingga *signage* di tempat tersebut seperti *office room signage* dan *shop signage*.

## 5.2. Saran

Dalam melakukan perancangan ulang visual logo, para desainer tidak boleh berdasarkan keinginan pribadi saja, seperti warna logo yang kurang menarik, bentuk logo yang tidak disukai, tetapi harus berdasarkan pada data-data yang akurat dan *valid*. Oleh karena itu, diperlukan sebuah riset untuk mengetahui seluk beluk perusahaan secara jelas dan lengkap seperti sejarah, pemilik, visi dan misi serta *brand positioning* perusahaan tersebut. Hal ini bertujuan agar desain visual logo yang dibuat dapat menjadi solusi dari masalah yang dihadapi perusahaan tersebut.