



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 SIMPULAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil rancangan yang telah dilakukan sesuai dengan metodologi pengumpulan data dan tahapan kerja dengan tema rancangan Visual Merchandising PT Guohua Listrik, dapat disimpulkan bahwa *visual merchandising* perlu mengenal dan menganalisa *corporate identity* PT Guohua Listrik untuk bisa menciptakan materi *visual merchandising* yang mampu menonjolkan dimensi *brand* pada bisnis B2B, yaitu *brand distinction* dan *brand specialties*. Hal tersebut juga ditunjang dengan pemahaman konsep infografis dan *multi page-design*.

Langkah awal yang sangat signifikan untuk menyusun materi pada *glass board* adalah pembuatan *layout*. Menurut Ahuja (2011, h.82) menjelaskan bahwa *layout* menunjukkan elemen apa saja yang akan dimiliki sebuah iklan, bagaimana elemen-elemen tersebut akan diatur, dan bagaimana bentuk akhir dari sebuah iklan. Oleh karenanya, penciptaan *layout* yang sesuai dengan elemen *brand* B2B merupakan kunci dari terciptanya *visual merchandising* yang sesuai dengan *corporate identity* PT Guohua Listrik.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

5.2. Saran

Untuk mampu merancang *visual merchandising* yang baik sangat disarankan untuk mendapatkan narasumber yang kompeten. Yang dimaksud narasumber kompeten di sini adalah narasumber yang bisa dipercaya dan kebenaran informasinya dapat dipertanggungjawabkan. Hal ini dapat dibuktikan pada tahap pengujian hasil aplikasi *visual merchandising* kepada subjek penelitian.

Pada proyek ini, penulis menunjukkan hasil *visual merchandising* kepada publik internal PT Guohua Listrik yang datang ke kantor. Dari aktivitas ini, penulis mengetahui bahwa audiens yang merupakan karyawan dan segenap jajaran direksi PT Guohua Listrik mendapatkan pengetahuan yang lebih mendalam tentang *brand* PT Guohua Listrik serta mampu membedakan keunggulan PT Guohua Listrik dibandingkan dengan perusahaan lain yang bergerak di industri serupa. Tanpa narasumber yang kompeten, *visual merchandiser* akan kesulitan untuk memahami identitas perusahaan yang sesuai dengan topik bahasannya untuk diaplikasikan ke dalam *glass board* PT Guohua Listrik.

Dalam pembuatan *visual merchandising* PT Guohua Listrik melalui penciptaan materi *glass board* yang sesuai dengan identitas perusahaan, diperlukan pemahaman mengenai dimensi *branding* B2B beserta konsep infografis dan pendesainan identitas *brand*. Seorang *visual merchandiser* bagaikan pelukis yang menggerakkan sebuah kuas. Tanpa mengetahui teknik dan prinsip dasar B2B *branding* dan *designing brand identity*,

seorang *visual merchandiser* tidak akan mampu memberikan *feeling* ke dalam materi *glass board* yang diciptakannya. Materi *glass board* dapat tercipta, namun pesan yang disampaikan tidak akan memiliki *feeling* yang bisa membangun hubungan emosional dengan audiens.

