



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

Setiap *brand* pada waktu tertentu atau pada kondisi tertentu membutuhkan sebuah peremajaan kembali, terlebih jika dalam perjalanannya telah mulai menghadapi masalah-masalah seperti tekanan yang didapatkan dari para kompetitor yang ada disekitarnya maupun masalah-masalah lain yang mengancam eksistensi dari sebuah *brand*. Dalam hal ini adalah Wingko Babad Kereta Api yang mengalami masalah yaitu identitas visual yang semakin sulit diidentifikasi ditengah persaingan dan hadirnya kompetitor-kompetitor lain yang mulai merebut *market share* dari wingko Babad Kereta Api. Sehingga, membutuhkan sebuah rejuvenasi sebagai solusi dari permasalahan yang kini dialami oleh Wingko Kereta Api.

Sebagai sebuah *brand pioneer* tentunya Kereta Api memiliki peluang untuk terus berkembang dan bersaing ditengah bisnis ini. Oleh sebab itu, penulis melakukan perancangan rejuvenasi ini untuk memberi penyegaran dalam identitas visual *brand* ini sehingga dapat merepresentasikan *value* yang dimiliki dengan tepat dan sesuai. Selain itu menghadirkan factor diferensiasi ditengah persaingan yang kini semakin sulit dibedakan satu dengan yang lainnya namun dengan tetap mempertahankan nilai-nilai yang dimiliki oleh *brand* tersebut. Perancangan ini meliputi perancangan berupa logo, supergrafis, dan implementasi lainnya yang diperlukan serta diatur dalam buku GSM untuk menjaga konsistensi dari setiap penerapan dalam berbagai media.

5.2. Saran

Berdasarkan pengalaman penulis dalam perancangan ini, yang perlu diperhatikan dalam perancangan ini adalah bagaimana menganalisis data-data yang diperlukan sehingga perancangan yang dibuat menjadi perancangan yang sesuai dengan apa yang memang dibutuhkan dan dapat menjadi solusi yang paling tepat dari permasalahan yang dihadapi. Penulis juga menyarankan kepada pihak Wingko Kereta Api untuk melakukan promosi setelah identitas ini dipublikasikan melalui promosi aktivasi *brand*, agar perancangan ini tidak menjadi sia-sia dan lebih kenal di masyarakat serta tidak menimbulkan salah persepsi di tengah masyarakat.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA