



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

Persaingan bisnis akan selalu ada. Dengan semakin banyak pihak yang bersaing, sebuah *brand* harus bisa diidentifikasi dan menunjukkan perbedaan antara dirinya dengan kompetitor. Dengan menjawab kebutuhan dari konsumen, ekuitas merek bisa dibangun tanpa mengandalkan persaingan harga. *Brand* menjadi terhubung dengan konsumennya dan muncul ikatan yang kuat. Dengan kekuatan merek tersebut, *brand* akan kuat bersaing dengan kompetitor. Maka dari itu, *brand* tersebut perlu diwadahi oleh identitas yang baik dan sesuai.

Njedjamoe Shake adalah produk yang relatif baru dibandingkan dengan kompetitornya. Berbekal strategi menysasar anak muda, Njedjamoe Shake berusaha mendapatkan tempat dibenak pasar yang dituju. Walau memiliki produk yang sesuai, strategi ini belum bisa direalisasikan dengan baik karena *brand identity* yang dimiliki tidak bisa mewadahi strategi yang digunakan. Alih-alih diterima oleh target pasarnya, muncul persepsi-persepsi negatif saat melihat Njedjamoe Shake. Akhirnya, terjadi pergeseran segmen konsumen. Selain itu, identitas yang digunakan saat ini generik sehingga sulit dibedakan dan diingat. Hal ini juga diperparah dengan penggunaannya yang tidak konsisten.

Njedjamoe Shake memiliki tujuan menjadi minuman yang umum dikonsumsi oleh anak muda. Selain itu juga berharap untuk melebarkan pasarnya keseluruh pulau jawa. Dengan *brand identity* yang dimiliki saat ini akan sulit

mencapai tujuan dan harapan tersebut karena masalah-masalah yang dimiliki. Demi mencapai tujuan dan harapan tersebut, penulis melakukan perancangan ulang *brand identity* Njedjamoe Shake yang dapat merepresentasikan entitasnya.

5.2. Saran

5.2.1. Untuk Perusahaan

Penulis berterimakasih untuk kesempatan belajar yang diberikan, sehingga penulis memiliki pengetahuan tentang objek untuk merancang tugas akhir dengan maksimal. Adapun masukan untuk perusahaan mengenai Njedjamoe Shake, yaitu nama yang dimiliki kurang tepat dan sulit untuk dibaca. Alasannya Njedjamoe Shake tidak terbatas pada jamu saja, melainkan minimal herbal lainnya. Tidak semua orang yang termasuk dalam target pasar yang dituju familiar dengan penggunaan ejaan lama, sehingga nama menjadi sulit dibaca dan mengakibatkan pelafalan yang keliru. Hal ini lebih terasa pada khalayak diluar daerah jawa tengah dan jawa timur. Dengan harapan pelebaran pasar hingga seluruh pulau jawa, penggunaan nama *brand* harus disesuaikan dengan pasar yang dituju.

5.2.2. Untuk Orang Lain

Dalam melakukan perancangan ulang *brand identity*, kita harus memahami dengan baik *brand* dan produk tersebut. Hal ini akan memudahkan kita dalam merancang strategi *brand* yang sesuai. *Brand identity* tidak hanya terbatas pada identitas visual saja, dengan begitu pastikan strategi *brand* bisa mewadahi perancangan *brand identity*. Setelah melakukan perancangan, pengaplikasian desain akan membantu dalam mengambil keputusan.