



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

Jamu merupakan salah satu warisan leluhur Indonesia yang telah ada turun temurun sejak dahulu kala. Kalau dahulu jamu sering dianggap kuno, maka belakangan ini mulai banyak bermunculan *brand* jamu yang dikemas dengan konsep yang lebih modern sebagai upaya pelestarian jamu baik oleh perusahaan swasta, wirausahawan dan juga pemerintah. Suwe Ora Jamu adalah satu dari sekian banyak *brand* tersebut. Suwe Ora Jamu juga merupakan salah satu *brand* pelopor jamu yang ditujukan untuk kalangan anak-anak muda karena sudah mulai dibangun sejak 2013.

Semakin banyaknya kompetitor yang bermunculan, Suwe Ora Jamu harus berbenah diri sebagai upaya untuk dapat terus bertahan di dalam persaingan pasar yang semakin ketat. Karena ternyata *brand awareness* Suwe Ora Jamu masih tergolong rendah dikalangan target konsumennya. Hal ini telah penulis buktikan dengan riset-riset berupa kuesioner, *focus group discussion* hingga observasi lapangan. Hasil riset penulis menunjukkan rendahnya minat target konsumen Suwe Ora Jamu terhadap *brand* ini karena berbagai macam sebab. Namun, masalah yang paling mendesak dalam kasus Suwe Ora Jamu adalah identitas visualnya yang tidak dapat mengkomunikasikan *brand value*, *positioning* dan *brand personality* Suwe Ora Jamu sehingga target konsumen Suwe Ora Jamu

tidak mendapat persepsi yang baik tentang *value* yang ditawarkan Suwe Ora Jamu.

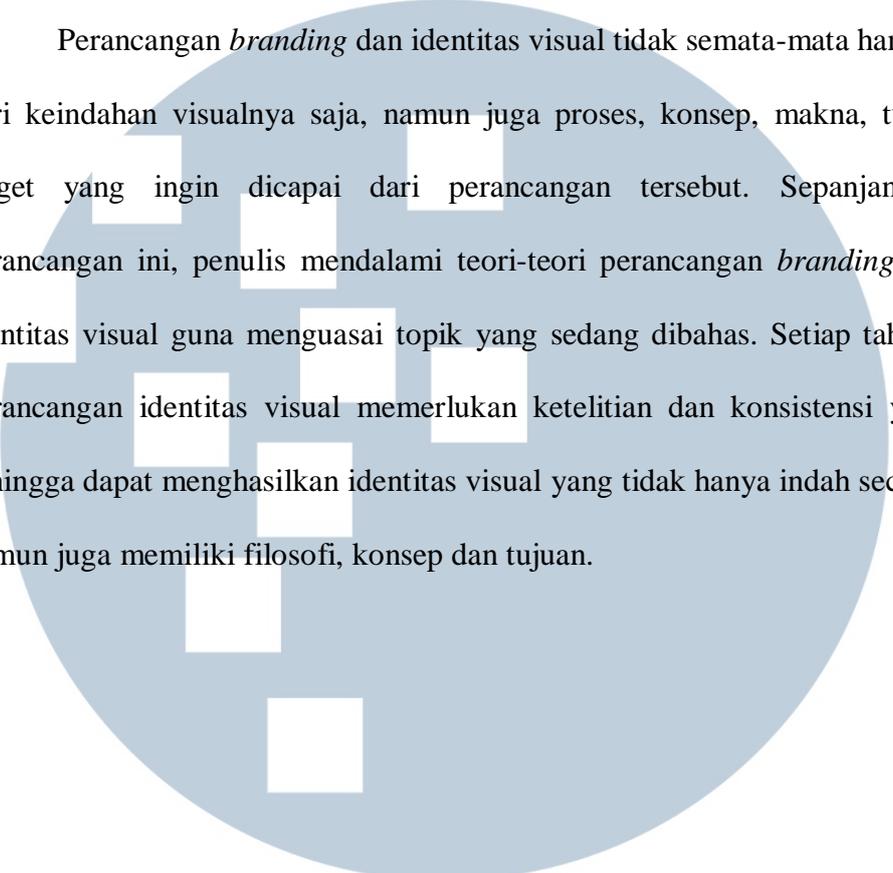
Sepanjang proses *rebranding* melalui perancangan ulang identitas visual Suwe Ora Jamu ini, penulis tidak hanya mencari informasi mengenai *brand* Suwe Ora Jamu, tetapi juga mendalami pengetahuan tentang jamu mulai dari sejarahnya, bahan bakunya, tata cara pengolahan hingga khasiat dari masing-masing jenis jamu. Pengetahuan-pengetahuan ini sangat berguna bagi penulis agar semakin mendalami topik yang sedang penulis bahas, pada waktu bersamaan dapat memaksimalkan hasil perancangan Tugas Akhir penulis.

Melalui Tugas Akhir perancangan identitas visual ini, penulis juga mempelajari banyak ilmu tentang dunia desain grafis, khususnya desain *branding*. Penulis banyak belajar mengenai strategi pengembangan *brand* supaya dapat bertahan dan *stand out* di dalam persaingan pasar yang semakin ramai. Penulis juga mengasah kemampuan menerjemahkan *brand value*, *brand personality*, *look and feel* serta *brand positioning* ke dalam visual sehingga *brand* bisa tampil dengan baik dimata calon konsumen.

5.2. Saran

Perancangan *branding* dan identitas visual merupakan suatu proses yang kompleks. Perancangan atau perancangan ulang visual suatu *brand* harus didasari oleh adanya permasalahan yang kuat dan jelas agar perancangan tidak sia-sia begitu saja. Hasil akhir dari perancangan identitas visual juga harus membawa dampak yang positif bagi *brand*.

Perancangan *branding* dan identitas visual tidak semata-mata hanya dilihat dari keindahan visualnya saja, namun juga proses, konsep, makna, tujuan dan target yang ingin dicapai dari perancangan tersebut. Sepanjang proses perancangan ini, penulis mendalami teori-teori perancangan *branding* dan juga identitas visual guna menguasai topik yang sedang dibahas. Setiap tahap dalam perancangan identitas visual memerlukan ketelitian dan konsistensi yang baik sehingga dapat menghasilkan identitas visual yang tidak hanya indah secara visual namun juga memiliki filosofi, konsep dan tujuan.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA