



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

Hasil dari analisa yang telah dilakukan menghasilkan sebuah kesimpulan bahwa Batik Chic memiliki komitmen dalam memajukan produk dengan bahan dasar wastra nusantara terutama Batik, baik di dalam maupun luar negeri. Batik Chic juga berusaha untuk membenahi diri agar menjadi *brand fashion* berkelas asal Indonesia yang secara profesional menjual produk mereka di pasar luar negeri. Penyatuan akan visi dan misi pemilik Batik Chic yang berkeinginan untuk merangkul masyarakat modern untuk mencintai Batik membuat Batik Chic berkembang menjadi sebuah *brand* dewasa dengan produk untuk status sosial atas.

Hal ini yang menjadikan dasar pembuatan logo yang sesuai dengan rumusan masalah sebelumnya yaitu menciptakan logo yang sesuai dengan visi dan misi serta kekinian dari Batik Chic. Logo ini juga diharapkan menjadi cerminan dalam jati diri yang baru dari Batik Chic tanpa menghilangkan nilai yang dimiliki di mata konsumen sebelumnya.

5.2. Saran

Perancangan ulang logo Batik Chic yang telah dilakukan selama ini menuai saran yang berguna untuk semua orang khususnya bagi yang mempunyai permasalahan yang sama dalam perancangan ulang logo. Saran yang diberikan diharapkan dapat membantu orang – orang yang mengalami kesulitan dalam perancangan ulang

logo dan menjadi arahan yang jelas bagi pemula yang bergerak dibidang desainer khususnya logo.

Seorang desainer harus mengetahui kondisi sebuah perusahaan atau *brand* yang hendak mengubah logo. Perubahan logo ini tidak hanya sekedar ingin menjadi baru malainkan ada faktor-faktor perubahan logo. Faktor- faktor perubahan logo pada umumnya jika suatu perusahaan atau *brand* mengubah *positioning* mereka, perubahan visi dan misi, adanya penggabungan dengan perusahaan lainnya, meluncurkan sebuah organisasi baru, dan mengubah target market berskala lebih tinggi atau internasional.

Perubahan identitas merupakan hal yang penting karena hal tersebut yang menjadi faktor pembeda dari sebuah *brand* dengan *brand* lain. Kemiripan identitas dengan *brand* lain juga tidak baik karena akan merusak secara tidak langsung wibawa yang dimiliki. Logo baru harus membentuk simbolisasi identitas *brand* yang baru tanpa menghilangkan nilai yang dimilikinya di masyarakat.

Perubahan identitas memerlukan ketekunan seorang desainer. Hal ini diperlukan agar desainer dapat menggarap perubahan logo yang berbeda dan menjadi ciri khas dari *brand* tersebut.