

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Simpulan

Perancangan *brand rejuvenation* Primera Digital Printing dirancang untuk mengatasi masalah identitas visual yang tidak lagi relevan dengan perkembangan masa sekarang dan tidak mencerminkan visi dan misi perusahaan. Berdasarkan hasil analisis pada Bab 4, identitas visual yang lama sudah tidak konsisten, ketinggalan zaman, dan kurang diminati oleh target pasar baru yang terdiri dari Generasi Milenial dan Generasi Z. Oleh karena itu, penulis melakukan pembaharuan identitas visual agar lebih menarik dan berdaya saing di pasar lokal Kota Kupang.

Kesimpulan difokuskan pada hasil akhir perancangan *brand rejuvenation*. Perubahan visual identitas merek berhasil direpresentasikan melalui logo baru, sistem tipografi, warna, serta aplikasi desain pada berbagai media. *Market validation* menunjukkan bahwa audiens dapat memahami pesan dan karakter visual dengan baik. Umpan balik dari proses *market validation* juga memperkuat bahwa *brand rejuvenation* memenuhi ekspektasi target pengguna.

Dalam perancangan ini, penulis memilih “*Printing Partner, Delivering Best Result*” sebagai *Big Idea* untuk menunjukkan sisi Primera Digital Printing yang profesional, *friendly*, dan inovatif. Dengan adanya pedoman tersebut, penulis dapat merancang identitas *brand* yang diawali dengan membuat *style & moodboard* dan diteruskan untuk membuat berbagai elemen desain seperti logo, tipografi, supergrafis, pemilihan warna, sampai dengan pengaplikasiannya dalam berbagai media kolateral yang sejalan dengan *big Idea* dan konsep Primera Digital Printing. Seluruh aset tersebut ditata dan memiliki aturan penggunaan masing-masing yang kemudian penulis cantumkan di dalam buku panduan grafis atau *Graphic Standard Manual* dari Primera Digital Printing.

Berdasarkan pengamatan dan respons kuesioner, penulis menemukan bahwa strategi visual yang baru sesuai dengan harapan target audiens. Logo baru lebih mudah dikenali, memiliki filosofi yang kuat, dan terlihat lebih Modern. Pada saat yang sama, media komunikasi visual yang dirancang dapat menciptakan persepsi profesional dan meningkatkan kredibilitas merek di benak konsumen *Primera Digital Printing*. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *perancangan brand Rejuvenation* yang dilakukan berhasil memenuhi kebutuhan *Primera Digital Printing* dalam hal membangun kembali relevansi merek, menarik perhatian pasar yang lebih muda, dan menciptakan identitas visual yang konsisten dengan nilai-nilai perusahaan. Seluruh proses desain dipandu oleh pertanyaan, data lapangan, dan konsep yang dikembangkan di awal penelitian.

## 5.2 Saran

Melalui tugas akhir ini, penulis berharap hasil dari perancangan *brand rejuvenation* tidak hanya memberikan manfaat dalam bentuk visual saja, tetapi juga bisa membantu pengembangan tugas akhir lain yang mengambil tema yang serupa. Oleh karena itu, penulis ingin memberikan beberapa saran yang mungkin berguna untuk dosen, peneliti, mahasiswa, atau pihak universitas yang tertarik pada topik ini.

Secara teoretis, penelitian ini menunjukkan pentingnya pendekatan *branding* berbasis riset audiens dan *market validation*. Sehingga, proses perancangan sebaiknya dilakukan secara interaktif dengan mempertimbangkan *feedback* di setiap tahap, termasuk dari target *market*. Selain itu, manajemen waktu menjadi hal krusial dalam tahapan perancangan dan pengujian, sehingga perencanaan *timeline* produksi, pengambilan data, dan analisis sebaiknya lebih terstruktur di proyek serupa ke depan.

Untuk dosen atau peneliti, penulis menyarankan agar topik *brand rejuvenation* bisa terus dijadikan topik tugas akhir karena sangat relevan dengan dunia desain saat ini. Topik *brand rejuvenation* ini juga bisa dikembangkan lebih luas lagi, misalnya dari segi bagaimana desain bisa memengaruhi persepsi konsumen atau bagaimana identitas visual bisa disesuaikan dengan budaya lokal

setempat. Harapannya, tugas akhir seperti ini bisa membuka peluang riset lain yang bermanfaat untuk dunia akademik.

Untuk pihak universitas dan mahasiswa lainnya yang ingin mengambil tema serupa, penulis menyarankan agar banyak melakukan observasi lapangan dan mencari data yang nyata. Hal ini akan sangat membantu dalam membangun konsep yang kuat dan sesuai dengan kebutuhan nyata di lapangan. Penting juga untuk memperhatikan konsistensi dalam penerapan desain, terutama jika desain tersebut akan digunakan di berbagai media karena dengan begitu, hasil akhirnya akan terlihat lebih profesional dan menyatu sebagai satu identitas *brand* yang kuat. Selain itu, dalam merancang sebuah desain, kita tidak boleh hanya berpatokan pada selera pribadi, tetapi juga harus mempertimbangkan prinsip-prinsip desain yang ada serta pentingnya membuat perancangan yang terstruktur mulai dari pencarian referensi, sketsa, perancangan *grid*, hingga memberi alternatif desain. Hal ini penting untuk dituangkan di laporan tugas akhir.

