

## **BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **V.1 Kesimpulan**

Kesimpulan dari perancangan ini adalah *branding* menjadi faktor penting untuk citra suatu *brand*. Begitu pula dengan adanya *rebranding* dinilai penting apabila sebuah perusahaan benar-benar memerlukannya. Sebelum melakukan *rebranding* perlu adanya beberapa aspek yang harus diperhatikan, tidak hanya perihal bentuk logo, warna serta aspek visual lainnya. Beberapa faktor lain juga harus diperhatikan seperti perubahan visi dan misi perusahaan, perilaku konsumen, perilaku pekerja, dan konsep produk *brand* tersebut. Suatu *branding* akan berhasil apabila meningkatkan penjualan serta citra suatu *brand* tersebut. Kekurangan dari perancangan ini yaitu kurangnya informasi yang lebih detail terkait aspek internal dari perusahaan tersebut serta kurangnya referensi dan sumber literasi valid ataupun wawancara ahli.

Dalam penyusunan perancangan ulang identitas visual *brand* Eclerix, perancang menemui beberapa kesulitan. Hal yang paling menyulitkan adalah ketika ingin bertemu dengan pemilik *brand* Eclerix guna menggali informasi detail terkait perusahaan, mengingat adanya kondisi pandemik Covid-19 saat ini. Dengan demikian, proses perancangan ini sangat memerlukan waktu yang memungkinkan bertemu dengan pemilik *brand* Eclerix.

### **V.2 Saran**

Perancang menyadari sepenuhnya bahwa proses perancangan ini belum memenuhi kriteria yang baik. Perancang hanya menggunakan data wawancara, observasi, dan kuesioner saja, sehingga masih dapat diperluas pada perancangan selanjutnya. Perancang juga menyarankan kepada para perancang selanjutnya, khususnya dalam perancangan terkait identitas visual logo agar melakukan studi logo yang dalam dan menyeluruh kepada para ahli desainer logo. Hal ini dikarenakan proses logo yang ingin dirancang memiliki pesan maupun kesan yang dapat dengan mudah diterima oleh masyarakat yang melihatnya.