

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah peneliti jabarkan mengenai *Rebranding TVF Footwear Bandung (Studi Deskriptif Mengenai Rebranding TVF Footwear Bandung Dalam Meningkatkan Brand Image Di Kalangan Konsumen)*, maka peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut

1. Pemicu (triggering) rebranding TVF Footwear menimbulkan sebab dan juga akibat yang dimana berdampak dan berpengaruh cukup besar dalam kegiatan rebranding TVF Footwear. Penyebab utama dan paling pertama adalah karena saat masih bernama TUF Shoes, nama tersebut tidak bisa didaftarkan ke Disperindag (Dinas Perindustrian dan Dagang) Jawa Barat, dan penggunaan dengan awalan *tuf* sudah banyak yang menggunakan dan tidak bisa digunakan kembali. Maka dari itu wajib mengganti nama agar mendapatkan hak paten dan juga cipta atas nama brand tersebut. Lalu akibat dari perubahan nama tersebut timbul sedikit kegaduhan akan perubahan nama menjadi TVF Footwear, dimana konsumen menanyakan keoriginalitasan akan produk TVF Footwear karena perubahan tersebut.
2. Analisa dan pengambilan keputusan (*analizing and decision making*) rebranding TVF Footwear dilakukan secara cepat dan juga dilakukan hanya tim internal TVF Footwear terdiri dari Manager TVF Footwear, *Head Content Creator* dan juga Admin TVF Footwear bersama Direktur Utama

PT.Reclays Utama Cipta yang dimana sesegera mungkin mencapai kesepakatan dalam penggunaan nama dan juga logo. Tidak hanya nama dan juga logo yang melakukan perubahan tetapi dari segi bahan atau material produk TVF Foowear pun diubah menjadi material yang lebih kuat dan bagus yang dinamakan material *cordura*. Hasil analisis dan pengambilan keputusan dari proses rebranding TVF Footwear ini menghasilkan beberapa poin yaitu pertama menetapkan nama baru yaitu TVF Footwear yang dimana kepanjangan TVF adalah *Travelling, View and Fun* lalu nama TVF diambil dari ejaan kata *foot* yang dibalik pengucapannya. Beserta logo kotak hitam yang dimana bermakna semua hal yang berbau *Travelling, View and Fun* berada di satu wadah atau tempat. Kemudian TVF Footwear memberikan konten edukasi tentang sendal dan juga penjelasan akan kegiatan *rebranding* yang akan diinformasikan atau juga diumumkan melalui media sosial Instagram. Kemudian hal terakhir dalam analisis dan juga pengambilan keputusan dalam proses *rebranding* TVF Footwear adalah mencoba mengganti dan juga menambahkan material baru yang lebih baik dan kuat dari sebelumnya, yaitu material *cordura*.

3. Perencanaan (*planning*) *rebranding* TVF Footwear merupakan tahap atau langkah yang lumayan menentukan arah *rebranding* TVF Footwear. Dimana TVF Footwear memiliki rencana yang sudah disusun setelah melakukan analisis dan juga pengambilan keputusan di tahap sebelumnya. Dalam perencanaan ini TVF Footwear memiliki beberapa langkah dalam melakukan perencanaan *rebranding* yaitu hal pertama yang dilakukan

adalah menjual produk lama secepatnya sebelum produk dengan label baru keluar, tetapi beberapa produk lama sudah mulai diganti label lama dengan label baru, agar tidak menunggu dahulu produk lama dengan label lama harus terjual, karena memakan waktu. Kemudian TVF Footwear mempersiapkan diri dengan mendaftarkan ke berbagai *platform online market place* yang dimana berfungsi sebagai sarana konsumen dapat berbelanja dengan lebih mudah dan juga membangun kepercayaan bahwa TVF Footwear tersedia dimana-mana. Kemudian perencanaan yang dilakukan TVF Footwear dalam proses rebranding adalah membuat konten *TVF Footwear Mates* yang dimana akan berfungsi hingga kedepan dan juga menjadi penghubung TVF Footwear dengan para konsumen, juga sebagai wadah apresiasi dan juga ekspresi konsumen TVF Footwear. Lalu yang terakhir adalah TVF Footwear mamulai hal baru dengan membuat *thanks card* dan juga *box* agar lebih terlihat estetik dan juga memanjakan konsumen dari segi pelayanan kedepannya. Hal tersebut merupakan salah satu terobosan baru dalam perencanaan *rebranding* TVF Footwear.

4. Persiapan (*preparing*) rebranding TVF Footwear yang dilakukan oleh TVF Footwear dalam melakukan proses rebranding adalah pertama dengan melakukan pendaftaran TVF Footwear keberbagai macam *online market place* yang dahulu hanya satu menjadi tiga *online market place*. Hal ini dipersiapkan agar saat melakukan peresmian TVF Footwear, TVF Footwear sudah siap tersedia di berbagai *online market place*, dan juga memudahkan konsumen menjangkau produk TVF Footwear. Langkah ini merupakan

bukti bahwa TVF Footwear serius dalam mempersiapkan perubahan. Kemudian, karena TVF Footwear perlu merubah label dan juga memproduksi lebih banyak sandal, maka TVF Footwear mempersiapkan rebranding ini dengan gudang yang baru dengan kapasitas yang lebih luas. Hal ini dilakukan agar saat ada lonjakan pembelian TVF Footwear dapat menghindari kesalahan dalam membuat produk dan juga pengiriman produk kepada konsumen. Langkah selanjutnya yang diambil oleh TVF Footwear untuk mempersiapkan *rebranding* adalah dengan membuat akun media sosial Instagram baru untuk mengamankan nama TUF Shoes dari penyalahgunaan nama tersebut dan juga memberi arahan bahwa TUF Shoes sudah berubah menjadi TVF Footwear. Dan nama instragram yang sebelumnya TUF Shoes dirubah menjadi TVF Footwear agar memberi tahu bahwa TUF Shoes akan resmi berubah menjadi TVF Footwear.

5. Peluncuran (*launching*) rebranding TVF Footwear merupakan waktu dimana TVF Footwear resmi dan juga paten penggunaannya, dan informasi tersesbut dapat diakses melalui media sosial Instagram TVF Footwear. Dalam proses peluncuran ini TVF Footwear melakukakan beberapa kegiatan yaitu yang pertama adalah mengumumkan dan juga memberi informasi kepada semua konsumen TVF Footwear bahwa TVF Footwear telah berubah nama dan juga logo yang dahulu bernama TUF Shoes. Pengumuman resmi ini di keluarkan pada 23 Agustus 2019 melalui media sosial instrgram. Instagram dipilih karena segala bentuk informasi dan juga interaksi antara TVF Footwear dengan para konsumen banyak terjadi melau

Instagram ini. Kemuadian kegiatan peluncuran saat proses *rebranding* TVF Footwear ini adalah sekaligus memperkenalkan produk baru TVF Footwear yaitu *Prau*, *Tidar* dan *Raung* dimana produk terbaru TVF Footwear ini sudah resmi memakai label TVF Footwear dan juga konsumen bisa langsung membeli melalui beberapa *platform online market place* di waktu yang bersamaan dengan resminya TVF Footwear berubah nama. dan juga logo.

6. Pengevaluasian (*evaluating*) *rebranding* TVF Footwear merupakan cara dimana TVF Footwear dapat mengukur ke efektivitasan proses *rebranding* dalam meningkatkan *brand image* di kalangan konsumen. Dalam pengevaluasian ini, ada beberapa yang harus dibahas dalam proses *rebranding* TVF Footwear, pertama dalam peluncuran *rebranding* TVF Footwear sebelumnya, pemberitahuan dan juga informasi yang terlalu singkat dan juga terlalu cepat sehingga konsumen tidak mengetahui secara detail tentang *rebranding* TVF Footwear. Lalu yang kedua adalah tidak adanya wadah khusus yang menyimpan kegiatan bersejarah saat pergantian nama dan juga logo menjadi TVF Footwear. Dimana dokumentasi dan juga proses berjalan nya TVF Footwear hingga merubah nama dan juga logo seharusnya diberikan tempat khusus di media sosial Instagram agar konsumen juga dapat mengetahui sejarah tentang TVF Footwear. Kemudian yang terakhir adalah belum bergantinya nama domain website TVF Footwear, hingga sekarang masih bernama TUF Shoes, yang dimana mengakibatkan konsumen kebingungan nama *website* dengan nama yang

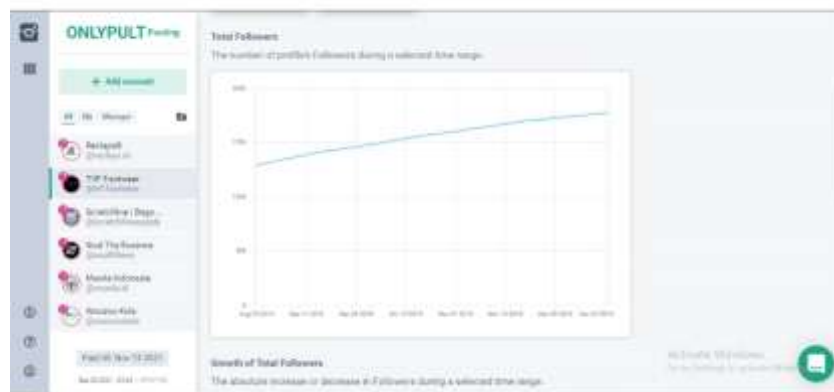
ada di Instagram, dan hal ini perlu sesegera mungkin dibenahi agar semua selaras dan juga tidak menimbulkan kebingungan terhadap konsumen TVF Footwear.

7. Kelanjutan (*continuing*) *rebranding* TVF Footwear merupakan rencana kedepan TVF Footwear setelah melakukan proses *rebranding*. Dalam kelanjutan proses *rebranding* ini TVF Footwear mempunyai visi kedepan agar TVF Footwear semakin dikenal luas dan juga dapat meningkatkan *brand image* di kalangan konsumen. Hal pertama yang akan direncanakan kedepan untuk kelanjutan proses *rebranding* TVF Footwear adalah memproduksi lebih banyak sendal dan juga varian yang lebih banyak agar konsumen dapat memilih sesuai dengan keinginan konsumen. Kemudian memberikan terobosan-terobosan baru dalam hal produksi sendal, yaitu dari segi material, warna dan juga siluetnya. Lalu yang terakhir adalah keinginan TVF Footwear untuk berkolaborasi dengan berbagai macam brand yang ada di Indonesia. Selain berfungsi memperbanyak varian sendal, tetapi TVF Footwear juga ingin mengenalkan dan juga melebarkan nama kearah yang lebih luas, dan juga dapat menjangkau konsumen yang lebih banyak. Hal tersebut semuanya bertujuan untuk meningkatkan *brand image* di berbagai kalangan dan juga konsumen TVF Footwear sendiri, bahwasanya TVF Footwear selalu memberi terobosan dan juga kreatifitas.

8. *Rebranding* TVF Footwear Bandung (Studi Deskriptif Mengenai *Rebranding* TVF Footwear Bandung Dalam Meningkatkan *Brand Image* di

Kalangan Konsumen) bisa di dapat dari hasil penelitian dan juga hasil pembahasan bahwa *rebranding* TVF Footwear meningkat dalam hal menaikkan *brand image*.

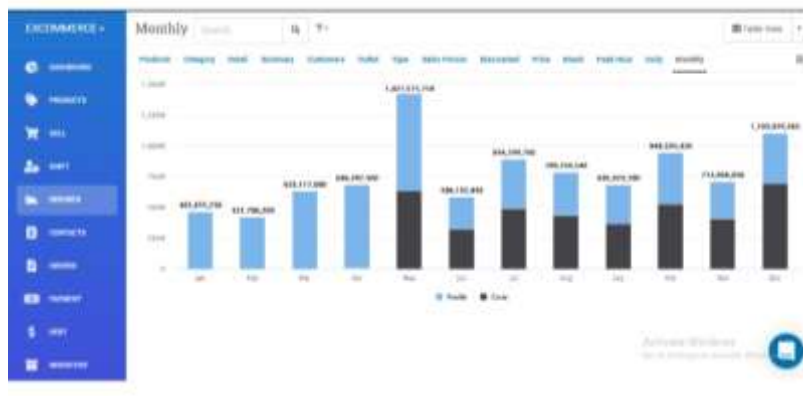
Gambar 5. 1
Grafik Followers Instagram TVF Footwear 2019



Sumber: Data TVF Footwear

Terlihat dari grafik diatas, setelah melakukan rebranding, jumlah pengikut di media Instagram TVF Fotwear meningkat dari 100.000 pengikut menjadi 150.000 lebih pengikut.

Gambar 5. 2
Pendapatan TVF Footwear 2019



Sumber: Data TVF Footwear

Dapat dilihat dari gambar diatas grafik menunjukkan peningkatan pendapatan dan juga terus stabil tidak ada grafik yang turun. Grafik ini merupakan hasil dari rebranding TVF Footwear yang dilakukan pada bulan agustus 2019

5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian, peneliti mampu menyampaikan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan oleh TVF Footwear Bandung sebagai berikut:

5.2.1 Saran Untuk TVF Footwear

Setelah melakukan penelitian, peneliti mampu menyampaikan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan oleh TVF Footwear Bandung, maka dengan segala hormat dan kerendahan hati peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Sebaiknya TVF Footwear membuat wadah khusus untuk dokumentasi tentang sejarah perubahan TUF Shoes menjadi TVF Footwear agar dapat dilihat khalayak tentang perubahan ini.
2. Sebaiknya TVF Footwear sesegera mungkin mengganti nama domain *website* dengan nama TVF Footwear, agar semua menjadi selaras dengan

nama dan juga logo yang baru.

3. Sebaiknya TVF Footwear lebih banyak berkolaborasi dengan banyak brand yang ada di Indonesia.

5.2.2 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya

1. Untuk peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian, disarankan sebaiknya untuk lebih mempersiapkan diri terlebih dahulu, agar proses penelitian yang berlangsung dapat berjalan dengan lancar.
2. Untuk peneliti selanjutnya, disarankan sebaiknya untuk memilih objek penelitian yang sesuai dengan kemampuan peneliti agar dapat memudahkan peneliti dalam menguasai penelitiannya.
3. Untuk peneliti selanjutnya, disarankan sebaiknya untuk lebih mengorganisir waktu dengan baik. Sebab pada proses penelitian lapangan membutuhkan perencanaan yang baik, karena tidak semua keadaan lapangan akan sesuai dengan yang diperkirakan.