

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Setelah melakukan riset dan pendalaman masalah, dapat disimpulkan bahwa setiap produk perlu ditujukan bagi sebuah target pasar tertentu, khususnya di kota Bandung dan salah satunya dalam bidang *clothing*. C59 yang merupakan salah satu pelopor industri *clothing*, hal itu menjadi masalah karena C59 belum memiliki pasar yang spesifik bagi produk-produknya. Untuk itu perlu dibuat sebuah perancangan strategi *re-branding* baru berdasarkan teori *brand* arsitektur dengan memaksimalkan potensi yang ada dalam diri C59 melalui dibuatnya sebuah *sub-brand*, yang pada kasus ini *Autoline* menjadi studi kasusnya. Diharapkan dengan dibuatnya perancangan *rebranding* ini, C59 dapat kembali bangkit dan dikenal akan kualitasnya yang baik serta komitmen akan produk terbaiknya yang tinggi. Perancangan yang dibuat harus menarik terutama bagi para target konsumen. Disadari bahwa selain dibutuhkan perancangan *re-branding*, *Autoline* juga perlu dipromosikan dengan berbagai tahapan agar dapat segera diterima oleh konsumen. Maka sebagai introduksi *sub-brand*, dilakukan promosi integrasi dalam dua tahap dibuat dalam dua tahap. Demikian kesimpulan yang diperoleh penulis selama melakukan penelitian dan perancangan. Semoga hasil penulisan serta perancangan *re-branding* ini dapat berguna di masa yang akan datang. Terima kasih.

#### **5.2 Saran**

Saran yang diperoleh dari penguji pada saat sidang TA adalah:

- Secara keseluruhan media dan visual sudah baik.
- Komposisi gambar, warna, serta logo sudah menyatu dengan visual-visual yang dibuat.
- Namun dari semua media, penggarapan *shopping bag* masih terlalu sederhana

dan masih dapat dimaksimalkan lagi.

- Secara keseluruhan semuanya sudah baik.