

# BAB V

## PENUTUP

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penjabaran dari bab sebelumnya, dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Perancangan desain interior showroom Nu Volks ini bertujuan untuk meningkatkan citra Nu Volks sebagai *brand ambassador* yang akan berpengaruh terhadap *brand image* Volkswagen
2. *Brand image* Volkswagen tertuang dalam desain interior showroom Nu Volks melalui konsep dan review-review para pengguna Volkswagen di dunia (*Enthusiasm, Proud, Coziness*)
3. Implementasi elemen desain yang paling kuat dalam perancangan *showroom* Nu Volks dan Volkswagen adalah bentuk dan warna karena bentuk yang digunakan dalam interior showroom Nu Volks ini merupakan bentuk yang mewakili *brand image* dari Volkswagen, serta warna yang digunakan berasal dari standar warna (*primary dan secondary color*) Volkswagen.
4. Perancangan *showroom* Volkswagen mengacu pada prinsip/acuan dari Volkswagen, sedangkan perancangan *showroom* Nu Volks lebih fleksibel dengan menggunakan acuan dari Volkswagen exhibition yang dikembangkan kembali bersama konsep dan review penggunaanya (*brand image* Volkswagen).

### 5.2 Saran

Saran dari penulis dalam merancang *showroom* adalah sebagai berikut.

1. Mengetahui standar-standar dari *brand* yang bersangkutan sehingga tidak keluar dari identitas *brand* tersebut
2. Mengetahui ciri khas dari *brand* tersebut sehingga implementasi desainnya tetap menunjukkan identitas *brand*

3. Menambah desain yang lebih atraktif untuk menunjukkan karakter *brand*
4. Menambah fasilitas untuk memanjakan pengunjung berkaitan dengan kenyamanan khusus yang diberikan oleh *brand*

