

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Pada akhir bagian dari skripsi ini, penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Produk sandal lokal Bosseli dapat bertahan dari tahun 1999 hingga sekarang walaupun belum pernah melakukan promosi apapun, masih dapat tetap bertahan karena kualitasnya yang terjamin
- b. Setiap brand memiliki karakternya masing-masing, dan *brand color* untuk *rebranding* dapat diciptakan sesuai karakter dari produk itu sendiri
- c. Sebagai proses dalam terwujudnya perancangan *rebranding* ini, harus tetap membagikan kuesioner dan mengerucut kepada jawaban dari permasalahan dan kesimpulan yang telah didapat dari hasil kuesioner
- d. Dalam melaksanakan proses *rebranding*, tidak hanya merubah logo, namun tetap harus dipikirkan konsep-konsep yang berbeda daripada yang lain, sehingga dapat membedakan Bosseli dengan merk sandal lokal lainnya

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari perancangan dan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, berikut adalah saran yang diharapkan bermanfaat bagi perusahaan CV.Inti Moda:

- a. Setelah dilaksanakannya proses perancangan *rebranding* ini, Bosseli diharapkan untuk menetapkan penempatan logo yang konsisten dengan tujuan agar masyarakat dapat mengenal identitas Bosseli dengan lebih mudah
- b. Konsep media pada perancangan ini dapat digunakan untuk jangka panjang, dengan konsep kreatif menggabungkan fotografi, ilustrasi grafis, dan *doodle*. Perwakilan warna dari masing-masing karakter; krem sebagai warna untuk *casual*, merah marun sebagai warna untuk nyentrik, *dusty pink* sebagai warna untuk feminim dapat disesuaikan di setiap konten.