

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk merancang kembali identitas visual Nada Busana sebagai upaya meningkatkan *brand recognition*. Nada Busana sebenarnya memiliki identitas, segmentasi, dan citra yang cukup jelas yaitu sebagai usaha yang mampu menunjang pakaian lengkap untuk keluarga. Namun, hal tersebut belum tergambarkan dalam identitas visual yang saat ini dimiliki oleh Nada Busana, penerapannya pun tidak konsisten. Sehingga perlu adanya identitas visual yang mampu mencerminkan Nada Busana.

Untuk merancang ulang identitas visual yang mampu mencerminkan Nada Busana maka perlu adanya observasi terlebih dahulu, seperti mengetahui target audiens, citra, segmentasi, *positioning*, kelebihan, serta kekurangan. Kemudian dilanjutkan dengan menentukan konsep visual yang relevan dengan solusi permasalahan yang ada. Sehingga identitas visual yang baru ini dapat dimanfaatkan oleh Nada Busana sebagai identitas yang konsisten dan mampu meningkatkan *brand recognition*.

Oleh karena itu, pengaplikasian identitas visual yang baru harus tepat dan konsisten seperti pada media utama berupa *Graphic Standard Manual* (GSM), serta pengaplikasian pada media pendukung seperti desain *feed instagram*, *signage*, *x-banner*, *pin*, *shopping bag*, *greeting card*.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil perancangan ulang identitas visual yang telah dilakukan, diharapkan Nada Busana dapat mengaplikasikan identitas visual yang telah dibuat dengan konsisten sesuai dengan *Graphic Standard Manual*, sehingga membantu mempermudah Nada Busana agar dikenal dan diingat oleh masyarakat.