

BAB 6

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Pertumbuhan jumlah penduduk terus meningkat dari waktu ke waktu, sehingga permintaan akan hunian dan properti komersial juga meningkat. Kebutuhan dasar manusia seperti tempat tinggal, perkantoran, pusat perbelanjaan, dan sarana umum lainnya memicu pertumbuhan bisnis properti.

The Grandwood sendiri merupakan bisnis property yang terbilang sangat baru di kawasan Kabupaten Lumajang . seperti bisnis baru pada umumnya The Grandwood sendiri ingin mengembangkan bisnisnya dalam strategi marketing yang ingin ia usung untuk meningkatkan calon peminatnya, namun permasalahan pokok dari The Grandwood sendiri ialah masih belum adanya suatu identitas merek salah satunya berupa logo. Oleh karena itu diperlukannya suatu strategi untuk mengatasi permasalahan ini, maka diperlukannya suatu *brand identity* yang kuat agar mampu meningkatkan *brand awareness* terhadap konsumen The grandwood, dan mampu menarik target pasar melalui *visual identity* yang ditampilkan. Dengan persoalan ini juga penulis melakukan perancangan *brand identity* serta media pemasaran, dan juga media pendukung untuk The grandwood agar dapat meningkatkan *brand awareness* dan membangun kepercayaan terhadap calon konsumen.

Proses perancangan yang dilakukan menerapkan metode perancangan kualitatif. Pengumpulan data akan dilakukan secara tidak langsung . Pengumpulan data tersebut dilakukan dengan metode observasi dan juga wawancara agar data yang didapatkan detail dan juga lengkap. Data tersebut kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis SWOT yang menggabungkan faktor internal dan eksternal perusahaan untuk merumuskan beberapa strategi untuk meningkatkan *brand awareness* dan kepercayaan akan suatu merek tersebut.

Dengan target pasar bawah ke menengah diperlukannya suatu visual identity pada The Grandwood yang dapat mempresentasikan bisnisnya dan media promosi yang diambil ialah media cetak. Pemilihan pada promosi media cetak bertujuan agar dapat

menargetkan langsung pada pasar tersebut juga pada media tersebut dianggap lebih efektif untuk bisnis property dalam meningkatkan suatu kesadaran akan merek serta meningkatkan kepercayaan terhadap calon konsumen.

Hasil akhir dari perancangan ini yaitu berupa logo, buku *brand identity guideline*, media promosi cetak, dan merchandise yang dimana digunakan pada *event-event* pameran atau sebagainya pada The Grandwood.

6.2 saran

6.1.2 saran pelaku bisnis

Promosi merupakan hal penting dalam usaha. Pengusaha diharapkan memanfaatkan dan memaksimalkan setiap sarana promosi. Penting bagi pelaku usaha untuk mempunyai brand identity . Hal ini akan meningkatkan brand awareness, dan menjaga identitas dari Kopiright. Keaktifan media promosi juga membantu membangun interaksi dan kepercayaan antara konsumen dan brand.

6.1.2 bagi peneliti selanjutnya

Konsep merupakan hal yang terpenting dalam merancang identitas visual. Persiapannya harus matang untuk menghindari kesalahan dalam proses visualisasi. Konsep yang baik akan menghasilkan hasil akhir yang sesuai dengan keinginan perancang dan dari klien. Riset dan pengumpulan informasi harus detail untuk mempermudah perancangan logo. Pemahaman yang baik tentang teori dasar *branding* penting untuk menciptakan identitas yang efektif dan memberikan kesan positif.