

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Pada perancangan *visual branding* Toko Wiwoho, berdasarkan rumusan masalah yang ada dapat disimpulkan bahwa di era saat ini *visual branding* memiliki peranan yang sangat penting bagi para pelaku usaha. Membangun *brand identity* perlu mempertimbangkan beberapa faktor seperti *unique selling point*, *target audience* dan juga produk yang dijual. Hal tersebut akan mempengaruhi arah suatu *brand* dalam membentuk identitasnya seperti logo, bentuk *visual* dan juga warna. Dalam merancang *visual branding* dari Toko Wiwoho dilakukan survey kuisisioner kepada masyarakat untuk menentukan arah *visual* yang akan dibentuk. Berdasarkan hasil survey yang sudah dilakukan dapat disimpulkan bahwa hanya sedikit orang yang mengetahui brand Toko Wiwoho. Maka unsur perancangan *visual branding* yang harus dimiliki, meliputi logo, stationery dan merchandise yang diharapkan dapat memperkuat *brand identity* Toko Wiwoho sebagai toko tembakau tertua.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka saran yang dapat diberikan berdasarkan evaluasi proses produksi karya yang telah dilakukan mahasiswa:

Bagi mahasiswa ilmu komunikasi, dengan adanya perancangan *visual branding* ini akan membantu mahasiswa agar menjadi bahan pembelajaran mengenai pentingnya komunikasi visual terhadap suatu *brand* yang dapat diimplementasikan di kehidupan masyarakat.