

## BAB V

### KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa ada tiga komponen yang membentuk citra merek (*brand image*) terhadap Ravacana Films yaitu citra perusahaan (*corporate image*) yang meliputi kepribadian, reputasi, nilai dan identitas, citra pemakai (*user image*) meliputi gaya hidup, kelas sosial dan yang terakhir citra produk (*product image*) meliputi keterjangkauan, atribut produk, dan jaminan produk.

*Brand image* Ravacana terbentuk dari film – film pendek dengan menggambarkan kearifan lokal. Nilai – nilai tersebut terdapat hampir di semua alur cerita dan pada saat pengambilan gambar. Unsur naratif menceritakan tentang ide cerita maupun penokohan yang memerankan masyarakat Jawa dengan kekhasan budaya Jawa. Cerita yang dibuat oleh Ravacana Films selalu berhubungan dengan keresahan masyarakat sekitar dengan mengangkat isu – isu yang penuh dengan kontra membuat masyarakat selalu menonton film – film yang diproduksi oleh Ravacana Films terutama masyarakat milenial. Ravacana tidak memfokuskan jumlah penonton yang membuat Ravacana hanya berfokus pada film – film pendek saja dan belum banyak mengembangkan produksi film series dan film layar lebar.

Adanya kekurangan dalam penelitian ini, maka dari itu penulis berharap akan ada penelitian selanjutnya dengan pembahasan yang sama mengenai strategi *production house* lokal dalam membangun *brand image* menggunakan metode kuantitatif agar dapat melakukan survei kepada publik untuk mengetahui seberapa pentingnya *brand image* pada suatu produk.