

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Pada saat ini Nusantara AC sedang berusaha untuk memperluas pasarnya namun belum bisa mewujudkannya karena lemahnya *visual branding* yang ada. Tidak terdapat konsistensi dalam penyusunan desain dengan pengaplikasian identitas visual dari perusahaan menyebabkan perlunya dilakukan strategi *rebranding* dengan menciptakan identitas visual baru bagi perusahaan, memberikan *value* lebih terhadap *brand* dengan konsep yang baru sehingga memiliki perbedaan dengan kompetitor demi terciptanya hubungan emosional dengan *audience*. Demi mewujudkan tujuan utama yaitu meningkatkan *brand awareness* perusahaan, Nusantara AC membutuhkan sebuah identitas baru yang kuat dalam pembentukan citranya sehingga target *audience* baru dapat mudah mengingat sekaligus memahami citra dari Nusantara AC. Melakukan *rebranding* merupakan sebuah upaya menciptakan citra baru pada perusahaan. Ketika tahap ini dilakukan maka terciptalah sebuah nilai tambah atas suatu produk maupun jasa, baik berupa citra yang dapat diterima masyarakat dan makna simbolis untuk perusahaan itu sendiri.

Saat melakukan perancangan desain visual untuk *rebranding* Nusantara AC, pemilihan media promosi yang tepat akan mampu menarik perhatian konsumen dan memudahkan konsumen mendapatkan informasi tentang perusahaan. Hal ini dapat merangsang emosi konsumen, memuaskan rasa ingin tahu mereka, dan membangun hubungan timbal balik melalui proses komunikasi. Penyusunan identitas visual yang baru dengan memperhatikan aspek estetika pada setiap media merupakan cara agar menghasilkan media promosi yang indah dan pesannya mudah dipahami. Beberapa media penunjang kegiatan *rebranding* yang dibutuhkan berupa perancangan logo baru termasuk identitas visual di dalamnya, perancangan identitas perusahaan (*corporate identity*), serta media komunikasi visual. Sehingga diharapkan bentuk komunikasi visual ini dapat menciptakan citra baru untuk perusahaan.

5.2 Saran

5.2.1 Untuk CV. Nusantara AC

Persaingan pada bidang penyedia jasa *service AC* semakin ketat terlebih di Kota Yogyakarta. Untuk memperluas target pasar, diperlukan perancangan *rebranding* dari Nusantara AC sehingga tercipta identitas visual baru, dan mengubah citra perusahaan menjadi lebih baik namun harus memiliki karakteristik tersendiri yang membuat berbeda dari kompetitor. Membangun *brand* konseptual yang kuat diperlukan untuk membuat *brand* menonjol diantara ribuan produk serupa lainnya.

5.2.2 Untuk Content Creator

Perlu untuk *content creator* memahami betul masalah apa yang sedang ingin dipecahkan. Dengan demikian proses pemecahan masalah dapat segera terselesaikan. Komunikasi dengan mitra harus selalu terjalin karena itu merupakan salah satu faktor yang memudahkan dalam pemecahan masalah.