

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian maupun hasil implementasi karya yang telah dijelaskan penulis pada bab sebelumnya. Dapat ditarik beberapa kesimpulan antara lain sebagai berikut :

- a. Konsep yang diusung dalam melakukan perancangan *Brand Identity* Xinxin adalah *Excellent*, yang mana konsep ini menonjolkan pada sisi keunggulan atau mutu produk yang berbasis *nature* yang ada pada Xixin tersebut.
- b. Perancangan branding ini diharapkan mampu memberikan dampak positif bagi perusahaan Xinxin dan tentunya dapat pula mengangkat potensi penjualan ataupun pengenalan yang ada pada suatu brand baru agar dapat lebih meningkatkan rasa kepercayaan pada target pasar ataupun khalayak umum tentang suatu brand lokal baru.
- c. Media branding yang digunakan antara lain yaitu : Logo, GSM, web desain, poster, merchandise (pin, mug, kaos, dan sticker).

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

- a. Dalam suatu perancangan branding Xinxin ini masih sangat mungkin untuk dikembangkan dari sisi media yang digunakan sesuai dengan strategi kreatif yang ingin dikembangkan oleh perusahaan ataupun berdasarkan yang telah dianalisa pada STP.
- b. Pengembangan inovasi media dengan dikombinasikan teknologi terkini akan membantu akses dan fleksibilitas masyarakat untuk mendapatkan informasi tentang produk-produk atau promo yang ditawarkan oleh Xinxin.
- c. Penambahan *source* foto atau video dalam media buku atau video *explainer* agar memperkaya informasi yang ingin dikomunikasikan oleh perusahaan terhadap target pasar ataupun khalayak umum tentang beragam produk ataupun promo yang ingin disajikan.