

## **BAB V KESIMPULAN**

### **A. Kesimpulan**

Menurut Kotler dan Keller (2012) *rebranding* dapat berpengaruh positif terhadap *image* suatu *brand* karena *rebranding* merupakan sebuah strategi yang dilakukan untuk menciptakan *image* positif secara terus menerus terhadap suatu *brand* dalam persepsi konsumen atau pelanggan.

Berdasarkan hasil dan pembahasan Perancangan Ulang Identitas Uber R8 Menjadi Daksa di Kota Pekanbaru dapat disimpulkan bahwa perancangan ini telah membuat citra yang baik untuk dibangun dan bisa mewakili identitas baru dari Daksa. Dalam perancangan ini, pengumpulan data sangat penting dilakukan sebagai acuan dan pedoman dasar dalam perancangan ini, sehingga didapatkan alasan untuk menyesuaikan tujuan utama perancangan ini. Perancangan ini, sangat mempertimbangkan berbagai macam aspek. Penulis mempertimbangkan berbagai aspek terhadap identitas dari Daksa agar tidak keluar dari konsep utama yang diperoleh dari *brainstorming*.

Pemilihan bentuk, warna dan unsur-unsur yang terkandung dalam logo menyesuaikan dengan apa yang ingin disampaikan oleh Daksa. Logogram yang terdiri dari susunan persegi membentuk spiral menggambarkan sebuah proses, kreatifitas dan juga dapat dikaitkan dengan pertumbuhan atau evolusi. Bentuk persegi pada logo menggambarkan profesionalisme dan bentuk persegi yang memiliki ukuran yang berbeda menggambarkan kefleksibilitas dari produk – produk atau layanan yang mampu Daksa kerjakan. Warna *orange* digunakan sebagai warna yang dapat menarik perhatian orang dan juga warna *orange* juga sering dikaitkan dengan kreativitas. Warna - warna lain seperti, abu – abu atau silver yang di ambil dari warna salah satu produk dari daksa yaitu partisi R8 dan putih digunakan sebagai warna penetral.

## **B. Saran**

Meminimalisir terjadinya kendala selama proses perancangan, sebaiknya penulis mengumpulkan data sebanyak – banyaknya dari topik yang akan diangkat dari sumber terpercaya dan akurat, lalu mempelajari topic yang diangkat sehingga penulis memahami apa dan bagaimana topik yang diangkat.

Setelah mendapatkan data yang akurat dan mempelajarinya, langkah selanjutnya yang harus dilakukan penulis ialah menyusun konsep verbal maupun visual. Dalam perancangan konsep ini sangat diperlukan berbagai macam pertimbangan, agar menghindari melestnya konsep serta upaya untuk mengurangi kendala kedepannya. Dengan konsep yang sudah dipertimbangkan sehingga bisa tersusun secara baik dan rapi tersebut, maka dalam proses perancangan karya akan lancer dan sangat minim terjadinya kendala. Jadi, untuk membuat perancangan yang aman dan minim kendala, kuncinya ialah diperkuat pada bagian data maupun konsep.

## DAFTAR PUSTAKA

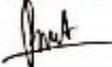
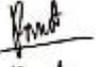
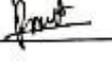
- Nastain, M. (2017). Branding dan eksistensi produk (kajian teoritik konsep branding dan tantangan eksistensi produk). *CHANNEL, Universitas Mercu Buana Yogyakarta*, 5, 14-26.
- Rustan, S. (2017). *Mendesain Logo*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Surianto, R. (2009). *Mendesain logo*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Surianto, R. (2009). *Layout dasar dan penerapannya*. Jakarta: Gramedia.
- Suwardikun, D. W. (2000). *Merubah citra melalui perubahan logo*. Bandung: ITB Library.
- Suwardikun, D. W. (2000). *Merubah citra melalui perubahan logo*. Bandung: ITB Library.
- Tinarbuko, S. (2015). *DEKAVE (Desain Komunikasi Visual)*. Media Pressindo.
- Tamimy, M. F. (2017). *Sharing-mu, personal branding-mu: Menampilkan image diri dan karakter di media sosial*. VisiMedia.
- Winata, D. H., & Andjarwati, A. L. (2018). Pengaruh rebranding terhadap loyalitas dengan citra merek sebagai variabel mediasi (studi pada Po Sugeng Rahayu). *Sumber*, 698(829.118), 978-836.

## **LAMPIRAN**

LEMBAR KONSULTASI  
BIMBINGAN SKRIPSI S1  
PRODI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

NAMA : M DWI WAHYUDI NIM : 11171026  
SEMESTER : SEMESTER 12 TAHUN AKADEMIK : 2022 - 2023  
JUDUL SKRIPSI: PERANCANGAN ULANG IDENTITAS UBER R8 MENJADI DAKSA  
DI KOTA PEKANBARU  
PEMBIMBING : Hadapiningrani Kusumohendarto, M.Ds.

TANGGAL	KOREKSI	SARAN	PARAF PEMBIMBING
13/03/2023	Konsultasi bab 1	Mencari alternatif pengganti objek TA	
20/03/2023	Membawa alternatif objek penelitian		
27/03/2023	Konsultasi bab 1 dengan judul baru	Revisi di penulisan di latar belakang	
05/04/2023	Konsultasi bab 1 dan 2	Memperbanyak data dari objek	
19/04/2023	Konsultasi bab 2	Melakukan analisa SWOT ke competitor	
26/04/2023	Konsultasi bab 2	Revisi cara pengutipan	
2/06/2023	Konsultasi bab 2	Lanjut bab 3	
9/06/2023	Konsultasi bab 3 (penulisan konsep)	Oke	
12/06/2023	Konsultasi bab 3 (alternatif logo)	Oke, lanjut melakukan evaluasi kepada owner	
16/06/2023	Konsultasi bab 3 dan bab 4	Menambahkan alasan / hasil dari evaluasi	
19/06/2023	Konsultasi bab 4 (Mockup)	Menambahkan alasan kenapa menggunakan media pada mockup	
23/06/2023	Konsultasi bab 4	Menambahkan mockup seragam pekerja	

30/06/2023	Konsultasi bab 5	Menambahkan kutipan teori yang mendukung pernyataan pentingnya rebranding pada objek	
03/07/2023	Konseluruhan penulisan	Melengkapi hal hal seperti daftar Pustaka, daftar isi, dll	
7/07/2023	Konsultasi desain brand guideline untuk karya fisik	oke	
10/07/2023	ACC Maya Sidney	Semangat :)	

Ketua Jurusan :

( Dwisanto Sayogo, M.Ds)

Pembimbing,



( Hadapiningrani Kusumohendarto, M.Ds.)

