

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil perancangan *branding identity project clothing Internals Yogyakarta* yang telah dibuat. Maka dapat disimpulkan bahwa *Branding identity* yang efektif dapat membangun kesadaran merek, menciptakan diferensiasi yang kuat dan meningkatkan nilai jual. Dalam proses perancangan *branding identity* tidak hanya melibatkan pembuatan logo, tipografi, palet warna, tetapi juga mencakup keseluruhan citra dan persepsi yang ingin dibangun kepada konsumen. Dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, *branding identity* menjadi elemen kunci yang menentukan keberhasilan sebuah identitas produk. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memahami esensi dan strategi *branding identity* yang tepat guna mencapai tujuan bisnis.

*Branding identity* yang telah dirancang dengan tema metamorfosis kupu-kupu memberikan keunikan dan makna yang mendalam. Menekankan elemen komponen visual yang relevan dengan tantangan yang dihadapi generasi-Z. Membuat produk-produk yang dirancang tidak hanya memenuhi kebutuhan estetika tetapi juga membantu merek Internals bisa menonjol, memikat target audiens dan menyentuh aspek pembeda dari kompetitor. Merek Internals juga berkeinginan menjadi tempat sarana bagi pelanggan untuk menemukan hal baru melalui produk yang ditawarkan, untuk memperkuat ikatan emosional antara merek dengan konsumennya.

## **5.2. Saran**

### **A. Saran Akademis**

Perlu dilakukan studi lanjutan yang lebih mendalam tentang teori *branding identity* dan bagaimana elemen desain produk yang dilakukan dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap merek pakaian kedepannya. Perancangan ini juga dapat menambah literatur akademis bagi bidang ilmu komunikasi & multimedia atau memberikan wawasan baru tentang *branding identity*. Mengingat perkembangan teknologi digital saat ini, menentukan cara bagaimana elemen *branding identity* bisa beradaptasi atau berkembang di era digital sangat diperlukan. Fokus pada produk *clothing brand*, media sosial dan *e-commerce* bisa menjadi topik relevan penting.

### **B. Saran Praktis**

Bagi merek Internals sebagai pemain baru di industri pakaian, penting untuk membangun reputasi guna bersaing di pasar yang kompetitif. Fokus pada kualitas produk dan layanan pelanggan yang unggul untuk membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen. Gunakan testimoni dan ulasan positif untuk membangun kepercayaan konsumen.