

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang perubahan logo yang dilakukan oleh Indomaret sebagai bentuk dari strategi *branding* dalam membangun identitas merek, peneliti dapat menyimpulkan bahwa perubahan logo yang dilakukan Indomaret sebagai upaya dalam membangun identitas merek sudah berhasil. Keberhasilan tersebut terlihat dari strategi *branding* yang dijalankan oleh Indomaret dalam kapasitasnya sebagai upaya dalam membangun identitas merek.

Dari hasil penelitian dapat ditarik point – point kesimpulan sebagai berikut :

1. Perubahan logo harus dilakukan oleh Indomaret karena pada strategi *branding* yang dijalankan Indomaret saat ini mengalami perubahan dalam *essence* dan *personality*. Logo yang lama kurang bisa mewakili *essence* dan *personality* yang baru dari Indomaret tersebut sehingga harus dilakukan perubahan logo.
2. Adapun fungsi logo dari Indomaret tersebut sudah berfungsi sebagaimana mestinya yakni sebagai identitas diri, mencegah peniruan dan pembajakan, serta sebagai tanda jaminan kualitas. Akan tetapi sebagai kapasitasnya dalam membangun identitas merek dimata konsumen, fungsi logo Indomaret lebih diutamakan dalam menambah nilai merek dimata konsumen sehingga dengan adanya

logo tersebut dapat secara langsung menempatkan posisi Indomaret sebagai ritel yang dapat memenuhi kebutuhan keluarga Indonesia.

3. Unsur-unsur yang digunakan dalam merancang logo Indomaret meliputi *meaning, coherence, differentiation, value, authentic, durability serta flexible*, di mana unsur-unsur tersebut dapat digunakan sebagai salah satu acuan dalam aktivitas komunikasi yang akan dilakukan oleh Indomaret.
4. Dalam menunjang terciptanya identitas merek yang kuat dibenak konsumen, Indomaret melakukan beberapa aktivitas komunikasi sebagai upayanya dalam memperkenalkan perubahan logo tersebut di mana bentuk komunikasi tersebut terlihat pada aplikasi logo di gerai-gerai Indomaret, perabot yang terdapat dalam gerai serta di beberapa media cetak seperti majalah, poster serta surat kabar.
5. Dengan adanya perubahan logo tersebut dapat menjadi bentuk representasi wajah baru bagi Indomaret dalam melayani kebutuhan keluarga Indonesia.

B. Saran

Dari hasil kesimpulan penelitian tersebut maka penulis merekomendasikan beberapa saran-saran sebagai berikut :

1. Untuk lebih mengedukasi konsumen mengenai perubahan logo yang telah dilakukan oleh Indomaret, tentunya perlu sebuah aktivitas komunikasi yang menekankan akan perubahan logo tersebut, seperti contohnya mengadakan sebuah event tertentu, karena kita ketahui perubahan logo yang dilakukan pun tidak terlalu significant sehingga banyak konsumen tentu tidak menyadari akan hal tersebut.
2. Pada dasarnya efektif atau tidaknya sebuah logo dimata konsumen belum menjadi penekanan pada team DM-Idholland, sehinga untuk lebih efektif jika aplikasi logo tersebut masih menjadi pantauan dari Dm-Idholland dalam beberapa waktu kedepan.