

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dalam penelitian ini, telah dilakukan pengujian dengan 10 pernyataan yang diajukan kepada dua orang ahli. Hasil evaluasi ini mengindikasikan tingkat kesepakatan yang signifikan antara kedua ahli dalam menilai pernyataan yang diberikan. Dari tabel 4.4 pada BAB IV, dapat dilihat bahwa Rater 1 menyetujui 8 pernyataan dan menolak 2 pernyataan, sementara Rater 2 menyetujui seluruh pernyataan yang diajukan. Oleh karena itu, dari 10 pernyataan tersebut, jumlah pernyataan yang disetujui oleh kedua ahli adalah sebanyak 9 pernyataan (8 pernyataan disetujui oleh Rater 1 dan Rater 2, dan 1 pernyataan hanya disetujui oleh Rater 2).

Hasil analisis ini menggambarkan tingkat kesepakatan yang tinggi antara kedua ahli dalam penilaian pernyataan. Indeks *Cohen's Kappa* sebelumnya mencapai nilai 0,77, yang mengindikasikan tingkat validitas yang tinggi dalam penilaian pernyataan ini. Hal ini menguatkan keyakinan bahwa data yang dianalisis dapat diandalkan dan sesuai dengan pandangan para ahli yang terlibat dalam proses penilaian.

Penerapan *Brand Guideline* dengan mengimplementasikan elemen esensial *Brand Guideline* yang ditulis oleh Emmanuel Mogaji dalam jurnalnya "*Brand Guideline*," berperan penting dalam memastikan konsistensi merek. *Brand Guideline* yang lengkap dan terstruktur membantu para pengguna merek untuk konsisten dalam mengaplikasikan merek pada berbagai materi dan media.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa proses *Redesign Branding* dan implementasi *Brand Guideline* memiliki dampak positif dalam menciptakan konsistensi visual merek Hutan Tropis. Penelitian ini memberikan kontribusi bagi pengelola merek dan perancang dalam memahami pentingnya konsistensi merek dan strategi efektif untuk mencapainya. Selain itu, penelitian ini juga membuka peluang untuk penelitian lebih lanjut.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat diusulkan untuk pengembangan lebih lanjut mengenai proses *Redesign Branding* dan implementasi *Brand Guideline* untuk merek Hutan Tropis. Adapun saran-saran tersebut antara lain:

1. Mengembangkan Riset Lebih Lanjut: Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memahami konsistensi visual merek melalui *Redesign Branding* dan *Brand Guideline*. Namun, untuk menghasilkan pemahaman yang lebih mendalam dan komprehensif, disarankan untuk melakukan riset lebih lanjut yang melibatkan lebih banyak responden dan merek lain dengan cakupan yang lebih luas.

2. Penerapan *Brand Guideline*: Dalam penerapan *Brand Guideline*, perusahaan atau merek Hutan Tropis disarankan untuk memastikan semua elemen esensial yang ditulis oleh Emmanuel Mogaji dalam jurnalnya "*Brand Guideline*" telah diimplementasikan dengan benar dan konsisten. Hal ini akan membantu untuk menjaga konsistensi visual merek dalam berbagai materi dan media.