

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Restyling yang dilakukan oleh peneliti berfokus pada media sosial instagram “lifeatbobobox”. *Restyling* ini melalui penerapan penggunaan logo, identitas warna, tipografi, serta konsep ilustrasi foto pada desain, yang kemudian divisualisasikan pada buku pedoman visual atau *instagram guideline* dan diimplementasikan dengan tujuan untuk dapat digunakan secara konsisten. Prosedur yang dilakukan pada proses *restyling* ini mengacu pada metode *design thinking* pendekatan kualitatif, melalui tahap pertama yaitu *emphatize* dengan melakukan proses riset mencari masalah yang ada pada PT Bobobox Mitra Indonesia dan observasi dengan melakukan *emphaty map framework* kepada *followers* “lifeatbobobox”. Tahap kedua, *define* dengan mengidentifikasi masalah dengan melakukan sistesis masalah dilengkapi dengan membuat list “*How Might We*”. Tahap ketiga, tahap ideate dengan melakukan *brainstorming* dan menghasilkan ide melalui *moodboard* (gambaran kasar ide). Tahap keempat, tahap *prototype* dengan melakukan proses *restyling social media guideline* sesuai dengan kebutuhan pengguna dan berupa identitas visual yang diterapkan pada *social media guideline* yang berupa pedoman visual pada sosial media instagram “lifeatbobobox”.

Dan tahap terakhir yaitu, tahap *test* atau hasil setelah *restyling* meliputi: implementasi *instagram guideline* dan mendapatkan respon *followers* melalui *social media awareness* atau kesadaran terhadap merek pada sosial media berupa *reach*, *impression*, dan *follower growth* dalam rentan waktu 9 Oktober 2023 sampai 10 Desember 2023 (62 Hari).

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan temuan penelitian yang diperoleh penulis selama melakukan penelitian proses *restyling* yang dilakukan oleh sebuah perusahaan tentu bukan menjadi hal yang mudah, melainkan harus secara seksama diperhatikan dan direncanakan agar memperoleh hasil yang maksimal. Beberapa rekomendasi yang

dapat diperhatikan oleh perusahaan yang akan atau sudah melakukan *restyling* agar memperoleh hasil yang maksimal.

1. Pentingnya melakukan analisis sebelum mengambil keputusan *restyling* yang berfokus pada *rebranding* sederhana, adanya analisis terperinci yang dapat memfasilitasi pemahaman yang jelas terkait keputusan *restyling*.
2. Perbanyak interaksi dengan *followers* bertujuan untuk mengenalkan hal baru pada “lifeatbobobox” dapat memberikan dampak baik bagi perusahaan.
3. Setelah melakukan *restyling* dilakukan evaluasi khusus untuk mengetahui respon para *followers* mengenai reaksi terhadap hasil *restyling*.