

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan gambaran umum permasalahan, analisis masalah, dan pembahasan hasil dalam upaya produksi *brand identity* untuk meningkatkan *brand awareness Twins Laundry*. Adapun proses pembuatan karya dilakukan dalam tiga tahapan yaitu praproduksi, produksi, dan pascaproduksi.

4.1 Analisis masalah dan Hasil

Twins Laundry memiliki masalah mengenai loyalitas konsumen. Konsumen yang datang pada kunjungan pertama, jarang sekali untuk datang kembali, atau menjadi pelanggan tetap. Hal ini mengindikasikan bahwa pendekatan promosi yang dilakukan belum mampu menciptakan daya tarik jangka panjang atau membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan, yang sangat dibutuhkan untuk menciptakan loyalitas pelanggan dan memperkenalkan *brand Twins Laundry* kepada khalayak yang lebih luas.

Maka dari itu, Dibutuhkan pembuatan *brand identity* berupa logo, slogan yang diaplikasikan pada *banner*, *apron*, *packaging* produk, *list harga*, *thanks card*, dan *leaflet*. Pembuatan *brand identity* digunakan sebagai upaya dalam membangun *brand awareness* agar *Twins Laundry* semakin dikenal di masyarakat. Adapun hasil akhir dari pembuatan *brand identity* yang akan digunakan oleh *Twins Laundry* sebagai berikut:

4.1.1 Logo

Logo memiliki peranan yang sangat penting dalam membangun identitas merek yang kuat, dan mudah diingat oleh masyarakat. Sebagai elemen visual utama dalam sebuah *brand*, logo berfungsi sebagai representasi dari visi dan misi suatu produk. Dengan memiliki logo yang tepat dan sesuai dengan karakteristik *brand*, sebuah bisnis dapat lebih mudah dikenali, meningkatkan kredibilitas, serta membedakan dirinya dari kompetitor di pasar yang semakin kompetitif. Logo yang telah dirancang dengan baik tidak hanya memberikan daya tarik visual,

tetapi juga mencerminkan profesionalisme serta memperkuat citra *brand* terhadap konsumen.

Dalam proses pembuatan logo, penulis menggunakan *Canva Pro* sebagai platform desain untuk menciptakan berbagai elemen yang membentuk logo tersebut. Langkah pertama yang dilakukan adalah melakukan identifikasi terhadap visi dan misi dari *Twins Laundry* dengan seksama, agar dapat memahami nilai-nilai dasar yang ingin disampaikan klien. Setelah memperoleh pemahaman yang jelas mengenai visi dan misi tersebut, penulis kemudian mencocokkan elemen-elemen desain yang dipilih dengan nilai-nilai yang terkandung dalam visi dan misi klien. Penulis secara hati-hati memilih elemen-elemen desain yang tepat dan relevan dengan usaha jasa cuci sepatu, yang mencerminkan profesionalisme, kualitas, dan kepercayaan. Untuk menonjolkan identitas merek, penulis mengombinasikan elemen-elemen desain dengan penggunaan warna biru dan putih, yang merupakan warna utama dari *Twins Laundry*, sehingga menciptakan kesan yang konsisten, bersih, dan mudah diingat oleh pelanggan.

Logo harus memiliki desain yang konsisten agar tetap mudah dikenali oleh masyarakat. Konsistensi ini mencakup berbagai aspek, seperti bentuk, warna, tipografi, serta elemen grafis lainnya yang menjadi ciri khas logo tersebut. Dengan adanya keseragaman dalam desain, logo dapat membangun identitas yang kuat, dan memperkuat citra merek. Oleh sebab itu, dalam proses produksi identitas merek, tidak ada perubahan desain yang dilakukan pada logo. Logo tetap mempertahankan bentuk dan karakteristik aslinya agar identitas *brand* tetap kuat dan konsisten.



Gambar 4. 1 Desain Akhir Logo

Logo diatas diaplikasikan pada berbagai produk, berupa *banner*, daftar harga, *apron*, *thanks card*, *leaflet* dan *packaging* produk.

4.1.2 Banner

Banner didesain dengan warna biru dan putih yang menyatu, menciptakan tampilan yang profesional dan menarik. Ukuran *banner* adalah 300 cm x 80 cm, sehingga cukup besar untuk memastikan informasi dapat terbaca dengan jelas dari kejauhan. *Banner* dipasang di bagian depan toko, dengan tujuan agar lebih mudah terlihat oleh calon pelanggan yang melintas. Desain *banner* terdapat logo, nama merek, serta informasi mengenai layanan yang ditawarkan. Selain itu, elemen visual khas seperti warna, *font*, dan tata letak dirancang agar mencerminkan identitas *brand Twins Laundry* secara konsisten. Kombinasi warna biru dan putih dipilih bukan hanya untuk memberikan kesan bersih dan segar, tetapi juga untuk meningkatkan daya tarik visual bagi pelanggan.

Terdapat perubahan desain pada *banner*, yaitu menambahkan informasi layanan apa saja yang tersedia di *Twins Laundry*. Kemudian tulisan *Twins Laundry* dibuat menjadi lurus, mengikuti *desain* agar menjadi padu. Ini bertujuan agar konsumen mendapatkan informasi yang jelas ketika membaca *banner*. Desain yang digunakan sederhana namun efektif, memastikan bahwa pesan yang ingin disampaikan dapat dipahami dengan mudah. Dengan tampilan yang jelas dan menarik, *banner* ini berfungsi sebagai alat pemasaran yang membantu memperkenalkan *Twins Laundry* sebagai brand yang terpercaya dan profesional dalam layanan.



Gambar 4. 2 Desain Awal *Banner* Tampilan Depan



Gambar 4. 3 Desain Akhir *Banner* Tampilan Depan

4.1.3 Daftar harga

Daftar harga didesain sebagai tampilan visual yang berfungsi untuk menyajikan informasi mengenai harga produk atau jasa secara menarik dan informatif. Daftar harga didesain dengan ukuran A4, dengan jenis kertas *art paper* 150 gram menggunakan kombinasi warna dasar biru dan putih agar terlihat profesional serta selaras dengan identitas merek. Daftar harga ditempatkan di meja depan sebagai strategi untuk memudahkan konsumen dalam melihat informasi terkait harga layanan cuci sepatu. Dengan demikian, pelanggan dapat lebih cepat memahami layanan yang tersedia dan membuat keputusan dengan mudah.

Tidak ada perubahan pada desain daftar harga. Desain daftar harga mencakup berbagai elemen penting, seperti nama *brand Twins Laundry*, jenis layanan yang ditawarkan, deskripsi singkat mengenai masing-masing layanan, serta harga yang tertera secara jelas. Selain itu, untuk meningkatkan daya tarik visual, desain ini juga dilengkapi dengan elemen pendukung berbentuk gelembung serta menggunakan jenis *font* yang selaras dengan identitas merek *Twins Laundry*.



TWINS LAUNDRY shoes treatment	
REGULER WASH	PREMIUM WASH
Deep Clean 30k	Fast Clean 15k
Sport Shoes 35k	Pencucian instan pada bagian upper dan midsole, durasi 15-30 menit
Boots 40k	
Women's Shoes 20k	
Kids Shoes 15k	
REPAIRMENT	REPAINT
Reglue 55k	Repaint Upper 70k
Merekatkan kembali bagian sepatu yang sudah lepas	Mewarnai kembali warna sepatu yang sudah pudar
Unyellowing 50k	Repaint Midsole 60k
Memutihkan kembali bagian sol sepatu yang sudah kuning	Mewarnai kembali warna sol sepatu yang sudah pudar khususnya hitam dan putih

Gambar 4. 4 Desain Akhir Daftar Harga



Gambar 4. 5 Hasil Daftar Harga

4.1.4 Apron

Apron adalah pelindung pakaian yang dapat melindungi dari kotoran, noda, dan cairan yang dapat mengganggu kebersihan serta kenyamanan saat bekerja. Tidak hanya itu, *apron* juga berperan sebagai identitas merek yang mencerminkan profesionalisme dan citra *brand*. Dengan desain yang menarik dan informatif, *apron* tidak hanya melindungi pemakainya tetapi juga memperkuat *brand identity* suatu usaha. *Apron* dirancang dengan warna dasar putih yang melambangkan kebersihan dan kesan profesional, dipadukan dengan aksesoris warna biru pada logo serta *font* untuk mempertegas identitas merek. Bahan yang digunakan adalah canvas, dengan desain simpel namun elegan, sehingga memberikan tampilan yang rapi tanpa mengurangi nilai estetika dan fungsionalitasnya.

Tidak ada perubahan dalam desain *apron*. Elemen yang terdapat dalam desain *apron* mencakup warna, logo, serta slogan yang menggambarkan komitmen dalam memberikan layanan terbaik. Dengan kombinasi desain yang tepat dan material berkualitas, *apron* tidak hanya meningkatkan kenyamanan dan perlindungan bagi karyawan, tetapi juga menjadi bagian dari strategi *branding* yang efektif, menciptakan kesan profesional, dan terpercaya bagi pelanggan.



Gambar 4. 6 Desain Akhir Apron



Gambar 4. 7 Hasil Apron

4.1.5 Thanks Card

Thanks Card merupakan kartu ucapan terima kasih yang diberikan kepada pelanggan, sebagai bentuk apresiasi atas kepercayaan mereka dalam menggunakan layanan. Kartu ini berperan penting dalam mempererat hubungan dengan konsumen, serta membantu meningkatkan *brand awareness* *Twins Laundry*. *Thanks card* ini memiliki ukuran 9 cm x 5,5 cm dan didesain dengan

tampilan yang berbeda di kedua sisinya untuk memberikan informasi yang jelas dan menarik.

Desain *Thanks Card* tidak mengalami perubahan, kedua sisi *thanks card* didesain berbeda. Sisi pertama berisi elemen utama dari *brand Twins Laundry*, termasuk nama *brand*, ucapan terima kasih, nomor telepon, dan alamat *Twins Laundry*. Bagian ini dirancang agar pelanggan mudah mengingat *Twins Laundry*, dan dapat menghubungi *Twins Laundry* jika membutuhkan sesuatu, atau mengalami kendala. Sisi kedua berisi informasi mengenai jenis layanan sepatu, dilengkapi dengan penjelasan singkat mengenai layanan yang ditawarkan serta harga layanan.



Gambar 4. 8 Desain Akhir *Thanks Card* Tampilan Depan

TWINS LAUNDRY CLEAN AND CARE YOUR SHOES			
REGULER WASH		PREMIUM WASH	
Deep Clean	30k	Fast Clean	15k
Sport Shoes	35k	Pencucian instan pada bagian upper dan midsole, durasi 15-30 menit	
Boots	40k		
Women's Shoes	20k		
Kids Shoes	15k		
REPAIRMENT		REPAINT	
Reglue	55k	Repaint Upper	70k
Merekatkan kembali bagian sepatu yang sudah lepas		Mewarnai kembali warna sepatu yang sudah pudar	
Unyellowing	50k	Repaint Midsole	60k
Memutihkan kembali bagian sol sepatu yang sudah kuning		Mewarnai kembali warna sol sepatu yang sudah pudar khususnya hitam dan putih	

Gambar 4. 9 Desain Akhir *Thanks Card* Tampilan Belakang

4.1.6 Packaging Produk

Packaging produk dirancang untuk melindungi sepatu dari debu, kotoran, dan kelembapan setelah proses pencucian. Sehingga pelanggan dapat menerima sepatu dalam kondisi bersih. *Packaging* kemasan yang digunakan adalah *packaging* kemasan dengan jenis *ziplock* untuk sepatu. Kemasan ini berbahan plastik tebal atau *PVC* yang dilengkapi dengan penutup kedap udara berupa sistem *ziplock*. *Packaging* produk ini berukuran 30cm x 45cm, sehingga dapat digunakan untuk berbagai jenis ukuran sepatu.

Tidak ada perubahan dalam desain *packaging* produk. Elemen yang terdapat dalam desain *packaging* produk, berupa logo, slogan, dan alamat *Twins Laundry*. Di dalam *packaging* produk akan terdapat *Thanks Card* untuk konsumen. Ini merupakan konsep *branding* yang baru untuk *Twins Laundry*. Penggunaan kemasan *ziplock* memiliki manfaat untuk meningkatkan kesan profesional, dan eksklusif terhadap layanan yang diberikan. Kemasan ini juga berfungsi sebagai perlindungan tambahan terhadap sepatu, selama proses penyimpanan sepatu. Serta memberikan nilai tambah yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan *packaging* produk yang baik, *Twins Laundry* berharap dapat memberikan pelayanan yang lebih profesional, menarik lebih

banyak pelanggan, serta meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap *Twins Laundry*.



Gambar 4. 10 Desain Akhir *Packaging* Produk



Gambar 4. 11 Hasil *Packaging* Produk

4.1.7 Leaflet

Leaflet memiliki banyak manfaat dalam meningkatkan *brand awareness* *Twins Laundry*. Berfungsi sebagai alat komunikasi yang ringkas dan informatif, *leaflet* dapat menyampaikan informasi penting mengenai layanan yang ditawarkan, secara jelas dan mudah dipahami. Jenis *leaflet* yang digunakan adalah jenis *leaflet trifold*, yang dapat dilipat menjadi tiga bagian dengan ukuran A4. Format ini membuat penyusunan informasi yang lebih terstruktur, sehingga memudahkan pelanggan dalam membaca dan memahami isi *leaflet*.

Dalam pembuatan *leaflet*, tidak ada perubahan pada desain yang telah dirancang sebelumnya. Desain tetap mempertahankan beberapa elemen penting yang terdapat pada kedua sisinya. Sisi pertama terdapat nama *brand*, slogan, informasi singkat yang memberikan gambaran umum tentang *Twins Laundry*, dan layanan utama yang ditawarkan. Untuk membantu pelanggan memahami layanan yang tersedia, sisi ini juga mencantumkan daftar jenis bahan sepatu yang dapat dicuci. Sehingga pelanggan dapat mengetahui jenis sepatu apa saja, yang dapat ditangani oleh *Twins Laundry*. Pada sisi kedua, informasi lebih difokuskan pada detail layanan yang tersedia. Bagian ini mencakup penjelasan mengenai berbagai jenis layanan yang ditawarkan. Kemudian terdapat nomor telepon yang dapat dihubungi, untuk pemesanan atau konsultasi lebih lanjut. Sisi ini juga mencantumkan alamat lengkap lokasi *Twins Laundry* sehingga pelanggan dapat dengan mudah menemukan lokasi *Twins Laundry*.



Gambar 4. 12 Desain Akhir *Leaflet* Bagian Depan



Gambar 4. 13 Desain Akhir *Leaflet* Bagian Belakang



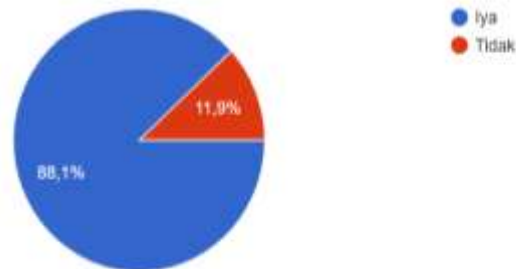
Gambar 4. 14 Hasil Leaflet

4.2. Hasil Proses Evaluasi

Pada tahap ini, dilakukan proses evaluasi dan *review* terhadap tugas akhir yang telah dikerjakan. Evaluasi ini bertujuan untuk menilai efektivitas, dan keberhasilan *brand identity* yang telah digunakan oleh *Twins Laundry*, dalam meningkatkan *brand awareness* di kalangan masyarakat. Penulis telah menyebar kuesioner kepada pelanggan yang datang menggunakan jasa *Twins Laundry* pada tanggal 30 Januari – 13 Februari 2025 dan masyarakat yang berdomisili di Tembalang. Survei ini berhasil menjaring sebanyak 42 responden dengan rentang usia 15 – 40 tahun, yang dianggap sebagai target pasar utama *Twins Laundry*.

Apakah anda pernah mendengar tentang *Twins Laundry*?

42 jawaban

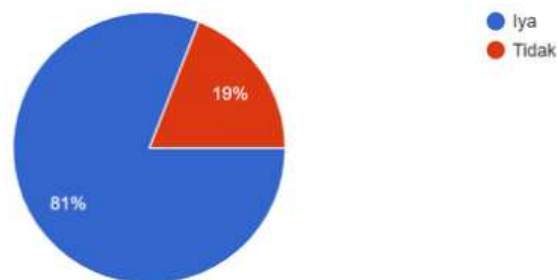


Gambar 4. 15 Mengetahui *Twins Laundry*

Dilihat dari hasil survei yang dilakukan penulis, sebanyak 88,1% menjawab bahwa mereka pernah mendengar tentang *Twins Laundry*. Sebanyak 11,9% menjawab tidak pernah mendengar *Twins Laundry*. Ini menunjukkan sudah banyak yang telah mengetahui *Twins Laundry* sebagai jasa cuci sepatu di Tembalang.

Apakah anda mengetahui *Twins Laundry* setelah memiliki *brand identity*?

42 jawaban

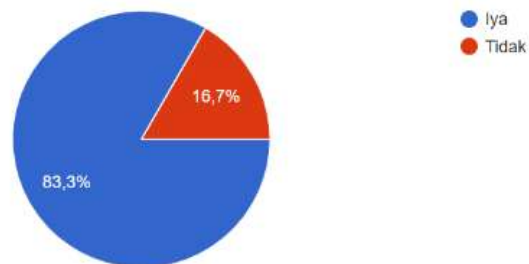


Gambar 4. 16 Mengetahui setelah memiliki *brand identity*

Berdasarkan hasil survei diatas, sebanyak 81% menjawab bahwa mereka mengetahui *Twins Laundry* setelah memiliki *brand identity*. Sebanyak 19% menjawab tidak mengetahui *Twins Laundry*. Hasil survei ini menunjukkan, bahwa *brand identity* memiliki dampak positif dalam meningkatkan *brand awareness* *Twins Laundry*. Dengan adanya identitas merek yang jelas, *Twins Laundry* semakin mudah dikenali oleh masyarakat.

Apakah setelah memiliki *brand identity*, anda jadi lebih mudah mengenali *Twins Laundry*?

42 jawaban

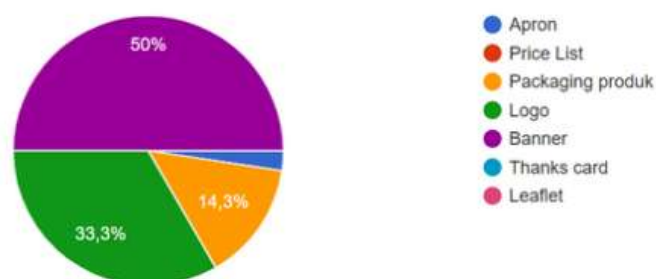


Gambar 4. 17 Mengenali *brand identity* *Twins Laundry*

Berdasarkan survei yang telah dilakukan, sebanyak 83,3% menjawab setelah ada *brand identity*, *Twins Laundry* menjadi lebih mudah dikenal dan diingat. Sebanyak 16,7% menjawab tidak mengenali *brand identity* *Twins Laundry*. Hasil survei ini membuktikan bahwa *brand identity* memiliki peran yang signifikan untuk meningkatkan *brand awareness* *Twins Laundry*.

Apa perubahan yang paling anda sadari, setelah ada *brand identity* *Twins Laundry*?

42 jawaban



Gambar 4. 18 *Brand Identity* yang paling disadari

Penulis juga melakukan survei untuk mengetahui *brand identity* apa yang paling disadari, setelah *Twins Laundry* memiliki *brand identity*. Sebanyak 50% menjawab *banner* merupakan *brand identity* yang paling disadari, karena ukurannya yang besar dibanding luaran yang lainnya. *Banner* berada di depan

toko, dan langsung mengarah ke jalan, ini membuat *banner* menjadi *brand identity* dari *Twins Laundry* yang paling disadari. Hal ini menunjukkan, bahwa penggunaan *banner* sebagai media promosi memiliki efektivitas tinggi dalam menarik perhatian masyarakat, dan memperkuat citra merek. Sebanyak 33,3% responden menyebutkan, bahwa logo adalah elemen yang paling mereka ingat. Ini menandakan bahwa desain logo yang khas dan mudah dikenali juga berperan penting dalam membangun identitas merek yang kuat. Adapun *packaging* produk, yang mendapat 14,3% responden. Ini mengindikasikan, bahwa kemasan produk turut berkontribusi dalam membentuk kesan dan meningkatkan daya ingat pelanggan terhadap *Twins Laundry*.



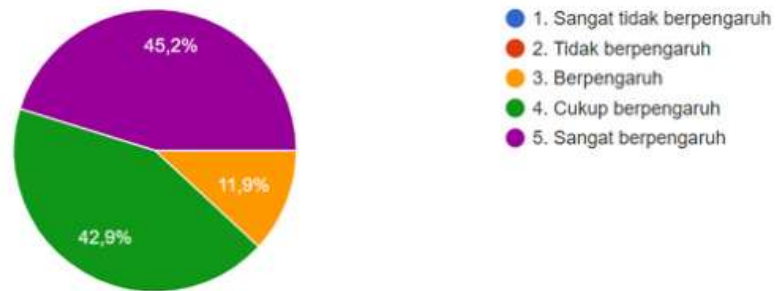
Gambar 4. 19 Menariknya *brand identity*

Dari hasil survei diatas, sebanyak 92,9% menjawab perubahan yang dilakukan *Twins Laundry* menjadi jauh lebih menarik. Sebanyak 7,1% menjawab tidak. Hasil survei ini menunjukkan, bahwa mayoritas pelanggan atau masyarakat yang mengetahui *Twins Laundry*, memberikan respon positif terhadap perubahan yang telah diterapkan. Hal ini mengindikasikan, bahwa *brand identity* yang dilakukan berhasil menciptakan daya tarik visual, yang lebih kuat. Serta meningkatkan kesan profesional dan kredibilitas *Twins Laundry*.

Dari skala 1-5. Menurut anda, seberapa besar pengaruh *brand identity* *Twins Laundry*, supaya semakin dikenal oleh masyarakat?



42 jawaban



Gambar 4. 20 Pengaruh *brand identity*

Dari hasil survei yang telah dilakukan, sebanyak 45,2% menjawab bahwa *brand identity* memiliki pengaruh yang sangat signifikan agar semakin dikenal. Sementara itu, sebanyak 42,9% responden menilai bahwa *brand identity* cukup berpengaruh dalam meningkatkan kesadaran dan daya tarik merek. Adapun 11,9% responden lainnya menyatakan bahwa *brand identity* memiliki pengaruh, meskipun tidak terlalu dominan. Hal ini menunjukkan, bahwa mayoritas responden merasakan dampak positif dari implementasi *brand identity*, untuk membangun citra *Twins Laundry*. Strategi *branding* yang diterapkan, telah berhasil memberikan perubahan yang cukup besar, dalam meningkatkan daya tarik serta kredibilitas *Twins Laundry*. *Brand identity* yang kuat tidak hanya membantu bisnis dalam menarik perhatian masyarakat, tetapi juga menciptakan kesan profesional yang lebih baik. Sehingga meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap layanan yang ditawarkan.