

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **6.1 Kesimpulan**

Memiliki identitas dan image yang menonjol dari kompetitor lain sangatlah penting untuk sebuah bisnis. Dalam sebuah bisnis diperlukannya sebuah strategi bisnis yang kreatif dan inovatif. Salah satunya yaitu dengan *branding*. Karena dengan melakukan strategi *branding*, sebuah bisnis dapat menciptakan atau memperkuat citra merek yang akan dibangun. Dengan memiliki *branding* yang kuat sebuah *brand* akan dapat lebih mudah dikenal oleh masyarakat dan menarik perhatian masyarakat serta memberikan kesan tersendiri yang tertanam dalam benak konsumen. Sehingga target audiens tetap mengingat *brand* Putri Ayu meskipun banyaknya kompetitor yang ada.

Perancangan *visual branding* dari usaha Putri Ayu dirancang mulai dari pembuatan logo, *tagline*, maskot, konten promosi serta media promosinya. Perancangan ini bertujuan untuk membentuk citra merek sekaligus keunikan yang dimiliki oleh Putri Ayu sehingga menghasilkan *branding* yang tepat sesuai dengan target audiensya. Target audiens dari Putri Ayu dikategorikan dalam generasi Y atau biasa disebut dengan generasi milenial sehingga dibuatkannya konsep pop tradisional. Konsep ini menggabungkan konsep modern yang dibuat *fun* namun tetap memakai elemen-elemen tradisional. Hal ini bertujuan agar mengubah persepsi orang-orang terhadap makanan tradisional yang tidak hanya dianggap sebagai jajanan jadul saja melainkan jajanan ini sama seperti jajanan modern pada saat ini. Selain itu pemasaran yang dilakukan oleh *brand* Putri Ayu cenderung kurang maksimal, terlihat tidak adanya iklan promosi secara cetak seperti brosur, serta media promosi lainnya seperti pada media sosial.

Maka dengan adanya perancangan ini diharapkan *brand* jajanan tradisional Putri Ayu dapat menarik konsumen setia di dalam lingkup target audiens yang baru dan dapat mengenalkan citra image sebagai bentuk perkembangan dan perluasan

*brand*. Adanya *visual branding* terhadap Putri Ayu ini menimbulkan *brand awareness* terhadap *brand* ini dan mudah diingat oleh target audiens yang dituju.

## **6.2 Saran**

Tentunya setiap perancangan terdapat kekurangan dan kelebihan. Pada perancangan Putri Ayu ini masih banyak hal yang harus dikembangkan dan bisa disempurnakan pada peneliti selanjutnya. Adapun saran yang diberikan :

1. Memperluas media promosi yang mengikuti perkembangan zaman khususnya pada sosial media.
2. Melakukan pengembangan strategi promosi lain seperti melalui kemasan.

Karena Putri Ayu membutuhkan promosi agar dapat semakin dikenal luas dan untuk mempertahankan loyalitas konsumen agar tidak beralih pada kompetitor lain.