# BAB VI

# PENUTUP

## 6.1 Kesimpulan

Jenang Jaket Pertama adalah salah satu UMKM yang belum memiliki strategi promosi. Hal tersebut membuat UMKM ini diperlukan proses *rebranding* untuk menciptakan strategi promosi yang sesuai untuk Jenang Jaket Pertama. Perancangan ini akan disusun menggunakan metode kualitatif yang mana nantinya akan menggunakan data tunggal yang diperoleh dengan cara mewawancarai pemiliknya. Data tersebut kemudian akan diolah menggunakan metode *SWOT* guna menentukan *USP,* dan *Positioning.*

Berdasarkan permasalahan dan analisis yang telah dilakukan, penulis merancang *rebranding* UMKM Jenang Jaket Pertama sebagai strategi promosi. Dari perancangan ini maka didapatkan *tagline* atau slogan yakni "Yang Pertama, Melegenda". Tagline tersebut memberikan kesan dibenak konsumen untuk mengingat produk Jenang Jaket Pertama merupakan produk *legend.* Atau Jenang Jaket yang pertama kali ada di Purwokerto sebagai *pioneer* Jenang Jaket di Purwokerto. Dari slogan tersebut maka diaplikasikan kepada media promosi yakni Sosial Media. *Banner,* Plang Toko, Kemasan dan Voucher Diskon.

Diharapkan dengan adanya perancangan *rebranding* ini penjualan bisa kembali dan konsumen menjadi lebih tertarik dengan strategi promosi yang diberikan. Mulai dari mengingat slogan dan melihat promosi pada brosur serta postingan media sosial serta pemberian kupon diskon dengan S&K yang berlaku. Selain itu, diharapkan Jenang Jaket Pertama akan tetap

menjadi pilihan merek Jenang Jaket yang bisa dibeli oleh Target *Audience* dengan harga yang relatif lebih murah dan keorisinilan produk.

## 6.2 Saran

Perancangan ini diharapkan mampu dijadikan acuan dalam penelitian selanjutnya dalam bidang desain khususnya dalam bidang *rebranding.* Disarankan untuk mempelajari tentang kebutuhan apa saja untuk melaksanakan proses *rebranding.* Disarankan juga untuk penelitian atau perancangan selnajutnya bisa mengembangkan lagi *branding* Jenang Jaket Pertama dibidang periklanan.