

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Branding ini dirancang agar audiens lebih mudah mengenal Mireng Pak Muslih sekaligus mengembangkan metode pemasaran Mireng Pak Muslih dengan menggunakan media sosial. Ide besar dari perancangan *branding* ini adalah mengangkat UMKM Mireng Pak Muslih sesuai dengan keunikannya yaitu legendaris dengan ukuran praktis. Untuk itu, perancangan ini memvisualisasikan *image* klasik dan mencantumkan ukuran praktis pada *copywritingnya*. Elemen visual seperti warna, tipografi dan ilustrasi yang digunakan juga akan menunjukkan kesan klasik. Penggunaan warna kuning dan coklat akan menambah kesan *vintage*. Tipografi dekoratif dan serif juga akan menunjukkan kesan tradisional. Selain itu ilustrasi seperti *pattern* dan foto yang digunakan juga akan menambah *image* legendaris. Media yang dirancang diantaranya Logo, Instagram, *WhatsApp Bussines*, *X-banner*, variasi Kemasan (primer dan sekunder), Nota, *Voucher*, dan *Apron*. Dengan dilakukannya *branding* diharapkan dapat meningkatkan *brand awareness* dan potensi UMKM Mireng Pak Muslih sebagai pilihan oleh-oleh khas dari daerah Banyumas.

6.2 Saran

Saran dari perancangan ini adalah menjadi studi referensi yang relevan bagi berbagai bidang keilmuan. Tidak hanya terbatas pada Desain Komunikasi Visual (DKV) tetapi juga mencakup disiplin ilmu lainnya yang masih berkaitan. Dalam perancangan ini, peningkatan *brand awareness* dari UMKM Mireng Pak Muslih menjadi fokus utama. Diharapkan bahwa penelitian ini akan menjadi landasan untuk pengembangan lebih lanjut dalam bidang lain, seperti dalam konteks promosi maupun penambahan variasi produk makanan.