

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **6.1 Kesimpulan**

Jamu Mbak Jum adalah salah satu UMKM yang belum memiliki visual branding yang cukup untuk dijadikan media promosi. Maka dari itu, diperlukan adanya suatu rebranding dengan tujuan untuk menciptakan citra baru dan memperkenalkannya kepada target audience. Rebranding ini berupa beberapa proses kreatif seperti pembuatan akun *instagram* sebagai media utama dan dibuat beberapa media pendukung seperti kartu nama, x-banner, stiker, pin bross, dan brosur. Perancangan ini menggunakan analisis kualitatif deskriptif yang tujuannya untuk menemukan strategi rebranding Jamu Mbak Jum.

Berdasarkan permasalahan dan analisis yang telah dilaksanakan, penulis merancang *rebranding* Jamu Mbak Jum sebagai media promosi untuk memperkenalkan minuman jamu tradisional kepada masyarakat Cilacap, sehingga didapatkan sebuah *tagline* atau slogan “Jamu Sehat Alami” yang mencerminkan keaslian bahan pembuatan jamu yang terbuat dari alam dan menyehatkan bagi tubuh. Perancangan *rebranding* ini memakai media sosial *Instagram* sebagai media utama. Pemilihan media *Instagram* ini dikarenakan *Instagram* merupakan media social yang populer untuk berbagi video foto, dan informasi lainnya. Dengan perancangan *rebranding* Jamu Mbak Ju mini diharapkan mampu menanamkan citra baru, sehingga memperkenalkan jamu tradisional kepada masyarakat Cilacap dan sekitarnya.

#### **6.2 Saran**

Perancangan ini diharapkan mampu menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya agar bisa mengembangkan dibidang desain khususnya branding. Disarankan untuk mempelajari apa saja yang menjadi kebutuhan dan keinginan objek penelitian sehingga perancangan dapat menyelesaikan permasalahan yang ditemui.