

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Dalam perancangan *visual branding* dan promosi media sosial instagram Kerupuk Ganepo Ibu Titik, berbagai hasil karya seperti logo, kemasan, banner identitas usaha, *booth portable*, kaos, dan *merchandise* seperti stiker dan gantungan kunci telah dihasilkan dengan tujuan menciptakan identitas visual yang kuat dan konsisten. Langkah pertama dalam proses ini adalah memahami nilai-nilai inti merek serta citra yang ingin disampaikan kepada konsumen. Pembuatan logo dilakukan dengan memperhatikan elemen-elemen yang dapat mencerminkan esensi dari produk dan nilai-nilai yang ingin ditekankan oleh usaha, seperti tradisional, sederhana, dan terjangkau.

Selanjutnya, kemasan produk dan banner identitas usaha dirancang untuk tidak hanya mencerminkan citra merek, tetapi juga menjadi alat promosi yang efektif. Kemasan yang menarik dan informatif dapat meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen dan membantu membangun kesadaran merek. Demikian pula dengan banner identitas usaha, yang berfungsi sebagai panduan praktis bagi pelanggan dalam menemukan alamat dan kontak usaha.

Booth portable dan kaos juga menjadi bagian penting dalam perancangan *visual branding*, terutama dalam konteks pameran dan event. Dengan desain yang profesional dan mudah dipasang, *booth portable*

memungkinkan Kerupuk Ganepo Ibu Titik untuk tampil secara efektif di berbagai kesempatan, sehingga memperluas jangkauan promosi dan memperkuat citra merek. Sedangkan perancangan kaos sebagai seragam pelaku usaha merupakan upaya untuk membangun identitas merek yang selaras dan mudah dikenali. Kaos ini tidak hanya berfungsi sebagai seragam, tetapi juga sebagai media promosi yang efektif. Dengan desain yang menarik dan informatif, kaos membantu memperkuat citra merek Kerupuk Ganepo Ibu Titik di kalangan pelanggan dan masyarakat umum.

Sementara itu, stiker dan gantungan kunci menjadi bagian dari strategi promosi yang lebih luas. Dengan membagikan *merchandise* kepada konsumen, baik sebagai hadiah atau bonus, Kerupuk Ganepo Ibu Titik dapat meningkatkan kesadaran merek dan memperkuat hubungan dengan pelanggan. Keberadaan stiker dan gantungan kunci juga dapat membantu dalam menyebarkan *visual branding* ke berbagai tempat.

Promosi melalui media sosial Instagram juga memiliki peran yang sangat penting dalam upaya memperkuat identitas *visual branding*. Dengan menyajikan konten yang konsisten dan menarik, Kerupuk Ganepo Ibu Titik dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan. Melalui Instagram, usaha dapat menghadirkan cerita-cerita yang menginspirasi, testimoni pelanggan, dan informasi produk yang relevan, semua itu untuk memperkuat citra merek dan meningkatkan loyalitas konsumen.

Dari hasil ini, dapat disimpulkan bahwa perancangan *visual branding* dan promosi media sosial Instagram Kerupuk Ganepo Ibu Titik memerlukan pemahaman mendalam tentang berbagai unsur visual yang mencerminkan makna tradisional, sederhana, terjangkau, dan ceria. Unsur-unsur visual tersebut menciptakan komponen branding kit yang dapat diterapkan dalam jangka panjang, memperkuat identitas visual dari Kerupuk Ganepo Ibu Titik.

Dengan desain yang konsisten dan sesuai dengan identitas merek, hasil perancangan ini membantu membangun kepercayaan konsumen dan membedakan merek dari kompetitor lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa *visual branding* yang efektif bukan hanya tentang estetika, tetapi juga tentang komunikasi yang menyampaikan nilai-nilai dan kepribadian merek kepada audiens secara jelas dan menarik.

5.2 Saran

Dalam merancang *visual branding* dan promosi media sosial untuk Kerupuk Ganepo Ibu Titik, ada beberapa saran yang dapat dipertimbangkan. Pertama, penting untuk memastikan konsistensi dalam seluruh elemen branding, mulai dari logo hingga konten media sosial. Hal ini mencakup penggunaan warna, tipografi, dan elemen desain lainnya yang mencerminkan identitas merek dengan jelas. Konsistensi ini akan membantu memperkuat kesan merek dan memudahkan pengenalan bagi pelanggan potensial.

Kedua, jangan lupakan keunikan dan daya tarik visual. Dalam merancang kemasan produk, *booth portable*, kaos, dan merchandise lainnya, pastikan untuk mempertimbangkan elemen desain yang menarik perhatian dan membedakan merek dari pesaing. Penggunaan ilustrasi, pola, atau elemen desain khas dapat membantu menciptakan kesan yang berkesan dan mudah diingat bagi pelanggan.

Terakhir, selalu perhatikan kebutuhan dan preferensi target audiens. Dalam memilih warna, gaya desain, dan bahkan konten yang diposting di media sosial, penting untuk memahami siapa target pasar Anda dan apa yang mereka sukai. Mengadaptasi desain dan pesan promosi untuk menarik audiens yang dituju akan membantu meningkatkan daya tarik merek dan meningkatkan keterlibatan pengguna secara keseluruhan. Dengan memperhatikan aspek-aspek ini, perancangan *visual branding* dan promosi media sosial dapat menjadi alat yang efektif dalam membangun kesadaran merek dan meningkatkan keberhasilan usaha.