

BAB V

A. KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil oleh penulis dari hasil pengkajian dan perancangan branding Krips berdasarkan teori - teori yang telah disusun, yaitu suatu desain visual yang baik adalah mampu mengkomunikasikan dan menyampaikan informasi / pesan tentang Krips secara efektif dan tertanam pada benak masyarakat luas, juga harus selektif dalam pemilihan warna, tipografi, pemberian ornamen – ornamen tambahan serta mematangkan konsep perancangan dan konsep desain agar sesuai dengan filosofi yang ingin di tonjolkan dalam *visual branding*. Dengan melakukan promosi melalui media visual sangat diharapkan dapat berdampak positif terhadap penjualan Krips dan diharapkan akan lebih banyak masyarakat luas mengetahui Krips Kripik Singkong Khas Kebumen karena media komunikasi visual mempunyai daya tarik yang dapat dengan mudah di terima, dicerna oleh orang awam sekalipun.

Krips sebagai salah satu dari banyak cemilan Kripik singkong yang ada di Indonesia, Krips mempunyai potensi yang bagus untuk memposisikan dirinya sebagai kripik singkong dengan bahan alami tanpa pengawet / MSG. Dalam branding Krips yang telah di rancang oleh penulis, dan dihasilkan dan dipromosikan melalui media desain komunikasi visual diantaranya poster, x-banner, stiker, pin, packaging, totebag dan sebagainya. Karena promosi melalui media visual diharapkan mampu menempatkan posisi Krips di pasaran dan mampu bersaing dnegan prosuk kripik singkong lainnya, sehingga membantu

meningkatkan perekonomian pembuat dan para petani singkong Ginandong, Kebumen.

B. SARAN

Untuk suatu merek yang tergolong baru, agar diketahui banyak orang. Membutuhkan suatu promosi yang mana telah penulis buat suatu desain visual untuk membranding dan mempromosikan produk Krips agar lebih dikenal oleh masyarakat luas. Karna media promosi yang menggunakan desain visual yang menarik dapat menyampaikan pesan tepat sasaran walaupun secara non verbal.