

## BAB VII

### PENUTUP

#### 7.1 Kesimpulan

Perancangan *branding* La Primarasa terjadi karena berbagai permasalahan La Primarasa yang telah diriset oleh peneliti. Tujuan dari perancangan ini adalah untuk menciptakan visual *branding* baru yang secara tepat mempresentasikan citra La Primarasa. Perancangan ini menggunakan metode pengumpulan data kualitatif melalui wawancara dengan pemilik La Primarasa dan observasi lapangan. Selain itu, metode kuantitatif dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada masyarakat Lamongan berdasarkan kriteria yang telah ditentukan. Analisis data yang digunakan untuk mendapatkan permasalahan pada perancangan ini menggunakan analisis deskriptif. Pada perancangan ini harus memperhatikan konsep desain, terutama konsistensi dalam penggunaan elemen desain dapat meningkatkan *brand awareness* di kalangan target *audience*. Visual *branding* yang dihasilkan dalam perancangan ini berupa logo, graphic standart manual, kemasan, seragam, apron, sosial media, *marketplace*, *Point Of Purchase*, x-banner, Brosur, Pin, tester, *merchandise*, dan *stasionary*.

#### 7.2 Saran

Untuk meningkatkan hasil perancangan *branding* La Primarasa, diperlukan eksplorasi informasi yang lebih mendalam mengenai topik serupa dimasa mendatang sehingga dapat disusun hasil desain yang lebih baik. Perancangan *branding* La Primarasa diharapkan dapat diterapkan secara konsisten untuk membangun *brand image* yang kuat dapat terbentuk di benak masyarakat Lamongan sehingga meningkatkan *brand awareness*.