

BAB VII

PENUTUP

7.1 Kesimpulan

Upaya *rebranding* untuk produk Somano dilakukan sesuai dengan praktik terbaik *branding* dan citra merek yang kurang ideal. Perancangan *rebranding* Somano tercipta karena adanya berbagai permasalahan Somano yang telah diriset oleh peneliti. Tujuan dari perancangan ini adalah untuk menciptakan identitas visual baru yang dapat mempresentasikan citra Somano dengan baik. Rancangan penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang meliputi observasi dan wawancara. Analisis perancangan ini digunakan untuk mendiagnosa masalah dan menyaring data yang telah dikumpulkan untuk membantu perancangan yang akan dibuat dengan menggunakan customer insight, unique selling proposition, dan analisis data statistik. Dalam perancangan ini, media branding yang digunakan berupa logo, banner, kemasan sekunder dan primer, shopping bag, media online *feed* Instagram hingga *signsystem*. Dengan diterapkannya strategi ini, diharapkan penjualan brand Somano semakin meningkat, semakin dikenal oleh masyarakat luas, dan mampu bersaing dengan produk sejenis.

7.2 Saran

Dalam penulisan perancangan ini, penulis menyadari adanya banyak ketidakpastian. Oleh karena itu, Diharapkan penerapan *rebranding* Somano dapat menjadi konsisten sehingga mampu membangun citra *brand* yang kuat di benak masyarakat Surabaya sehingga dapat meningkatkan *brand awareness*. Serta diperlukan peninjauan data secara menyeluruh, ketelitian dalam analisis, dan memperhatikan setiap detail terakhir untuk memastikan tujuan dan hasil perancangan yang maksimal.