

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Perancangan *rebranding* ini dilakukan sebagai upaya meningkatkan *brand awareness* masyarakat terhadap merek Batik Murni Madiun. Berdasarkan data hasil kuesioner yang telah dilakukan, sebanyak 59,6% dari 94 responden tidak mengetahui merek Batik Murni Madiun, sehingga dapat disimpulkan bahwa masih banyak masyarakat Kota Madiun yang belum menyadari merek Batik Murni Madiun. Upaya yang dilakukan untuk meningkatkan *brand awareness* dari Batik Murni Madiun yaitu dengan merancang sebuah *keyword* terlebih dahulu untuk menjadi acuan dalam melakukan *rebranding* agar hasilnya lebih konsisten. *Keyword* tersebut adalah “Batik Tradisional Autentik Madiun” yang bermakna kain batik yang dibuat dengan cara tradisional dengan motif yang memiliki ciri khas atau autentik dari Kota Madiun. *Keyword* tersebut sesuai dengan citra yang ingin ditunjukkan oleh Batik Murni Madiun yaitu ingin dipandang sebagai *brand* batik tradisional asli Kota Madiun oleh konsumen. Setelah itu, upaya yang dilakukan adalah merancang identitas visual serta media pendukung *branding*, seperti desain kemasan produk, seragam apron, kebutuhan *stationary*, *merchandise*, konten media sosial dan strategi *brand activation* untuk Batik Murni Madiun sesuai dengan *keyword*.

Perancangan *rebranding* terhadap Batik Murni Madiun yang telah dilakukan terbukti dapat meningkatkan *brand awareness*. Hal tersebut dibuktikan berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebarakan, sebanyak 85,7% dari 49 responden setuju bahwa identitas visual Batik Murni Madiun yang baru lebih dapat merepresentasikan citra merek Batik Murni Madiun. Selain itu, identitas visual yang baru lebih menarik secara visual dan lebih mudah dikenali serta diingat. Seluruh media pendukung *branding* yang sudah di desain ulang juga dapat merepresentasikan identitas visual yang konsisten dan sesuai dengan citra Batik Murni Madiun.

#### 5.2 Saran

Penulis menyadari bahwa perancangan *rebranding* Batik Murni Madiun ini masih memiliki banyak kekurangan dan perancangan ini masih memiliki potensi untuk dapat dikembangkan lebih jauh lagi. Maka dari itu, penulis berharap perancangan *rebranding* Batik Murni Madiun dapat terus dikembangkan secara konsisten oleh pemilik sehingga nantinya *brand awareness* masyarakat terhadap Batik Murni Madiun terus meningkat sampai menjadi *top of mind* merek batik lokal asli Kota Madiun.