



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Sebuah *brand* akan terus membutuhkan perubahan atau penyesuaian seiring berkembangnya jaman. *Brand* yang memiliki umur yang lama juga masih memiliki beberapa masalah yang terjadi baik internal ataupun eksternal. Dalam perubahan tersebut peremajaan kembali atau rejuvenasi dibutuhkan untuk menjadi solusi dari permasalahan yang dialami terkait adanya perubahan segmentasi atau produk sudah yang tidak relevan dimasyarakat. Dalam kasus ini, *brand* Kecap Banteng memiliki permasalahan dalam berkurangnya minat beli dan *awareness* yang terjadi pada masyarakat sehingga *brand* tersebut memerlukan perubahan *image* atau citra yang baru dengan cara merubah identitas visual untuk mempermudah masyarakat dalam menerima serta dalam bersaing dengan kompetitor saat ini.

Kecap Banteng yang sudah berdiri sejak lama dan masih berkomitmen untuk bertahan dengan rasa yang otentik serta bahan yang berkualitas, menjadikan salah satu peluang dalam menarik perhatian masyarakat. Maka dari itu, perancangan rejuvenasi *brand* ini dapat menyegarkan pesan dan *value* yang dimiliki sehingga dapat tersampaikan dengan baik kepada masyarakat. Dalam perancangan ini, penulis merancang logo, supergrafis, *pattern* dan media-media yang terkait yang diatur dalam *brand guidelines* sebagai buku panduan dalam menggunakan identitas visual yang telah dirancang.

## 5.2. Saran

Selama perjalanan penulis dalam merancang perancangan *brand rejuvenation* Kecap Banteng ini, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, yaitu menganalisis data-data yang dibutuhkan sebagai kunci untuk menentukan apa yang akan dilakukan ditahap berikutnya. Sehingga perancangan ini sesuai dan menjadi solusi yang tepat. Penulis juga ingin menyampaikan saran kepada pihak Kecap Banteng untuk berani dalam melakukan sebuah perubahan, yang dapat dimulai dengan melakukan *launching* dengan menggunakan identitas yang baru dan aktif dalam melakukan promosi sehingga dapat meningkatkan *awareness* masyarakat di Kota Cirebon dan visi misi menjadi *brand top of mind* dapat terwujud.