

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Desa Medang memiliki banyak pelaku UMKM kuliner seperti, kerajinan tangan dan obat herbal, salah satu UMKM yang bergerak dibidang kuliner yaitu Raja Lontong. Raja Lontong, merupakan salah satu UMKM yang didirikan oleh Ibu Elis Susila Dewi pada tahun 2019. Raja Lontong memiliki 2 menu yaitu Kupat Tahu dan Lontong Kari, ciri khas yang dimiliki Raja Lontong terletak pada lontong berukuran besar atau disebut juga “raja”, lontong tersebut dibuat dengan proses memakan waktu kurang lebih 13 jam.

Raja lontong sebelumnya sudah memiliki logo dan beberapa media seperti Instagram, spanduk, *signage*, dan sosial media. Penulis melakukan *rebranding* logo Raja Lontong sebelumnya, karena logo tersebut terlihat tidak memiliki makna yang jelas dan kurang mewakili produk yang mereka buat. Raja Lontong juga belum memiliki foto produk yang mereka buat dan beberapa media seperti, *packaging* dan *merchandise*. Penulis juga merancang desain *booth* dan *vehicle booth*, yang dapat digunakan Raja Lontong ketika akan mengikuti *food festival* dan bazar. Media-media tersebut sangat penting untuk memperoleh loyalitas pelanggan terhadap merek dan juga berfungsi sebagai promosi bergerak yang efektif.

Proses *rebranding* UMKM Raja Lontong melibatkan beberapa langkah, termasuk observasi langsung ke Pokdarwis Desa Medang, wawancara dengan pemilik UMKM, pemahaman masalah, pengumpulan data, *mind mapping*, *brainstorming*, penyusunan ide konsep, dan *moodboard*. Kemudian tahapan mendesain seperti sketsa, *digitalisasi*, *draft* desain, revisi, sampai dengan finalisasi desain. Tahap-tahapan ini bertujuan untuk menghasilkan konsep baru yang dapat memberikan identitas yang jelas serta meningkatkan *brand awareness* bagi Raja Lontong. Dengan adanya *rebranding* ini, diharapkan usaha UMKM Raja Lontong dapat meningkatkan dan mempertahankan usaha agar mampu berjalan secara konsisten,

meningkatkan loyalitas konsumen serta dapat menjadi daya tarik bagi konsumen baru.

## 5.2 Saran

Penulis berharap laporan berjudul “Perancangan Ulang *Brand Identity* UMKM Raja Lontong Pokdarwis Desa Medang” dapat menjadi referensi dan menambah wawasan bagi para pembaca, serta memberikan informasi yang menarik. Dengan adanya perancangan ulang identitas Raja Lontong ini, diharapkan Raja Lontong dapat lebih konsisten dalam penggunaan logo, warna, dan media-media yang telah dirancang oleh penulis. Konsistensi ini diharapkan akan membentuk citra merek yang kuat dan melekat pada target pasar.



UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA