

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Strategi *Rebranding* pada UMKM Red Ginger Sparkling dilakukan sebagai upaya *repositioning* merek agar produk tidak lagi dipersepsikan sebagai minuman jamu tradisional, tetapi menjadi minuman *healthy lifestyle* yang modern dan relevan dengan karakteristik Generasi Z. Perancangan dilakukan melalui tahapan observasi, wawancara dengan klien, pengembangan konsep visual, digitalisasi desain, implementasi pada media aplikasi, hingga evaluasi melalui penyebaran kuesioner kepada target audiens dan *feedback* dari klien. Berdasarkan seluruh tahapan tersebut, tujuan Tugas Akhir ini telah berhasil dicapai melalui perancangan dan implementasi *brand identity* yang meliputi:

1. Logo baru berjenis *combination mark* yang didukung dengan *color palette*, tipografi, dan elemen visual lainnya sebagai identitas merek Reegees. Identitas visual tersebut dirancang dengan tetap mempertahankan filosofi Red Ginger Sparkling, namun dikemas dalam tampilan yang lebih modern dan sesuai dengan karakteristik Generasi Z.
2. *Tagline "Instant Cool, Lasting Heat"* yang merepresentasikan karakter produk sebagai minuman *healthy lifestyle* berbahan dasar jahe merah dengan karbonasi alami serta memperkuat positioning merek.
3. Media aplikasi *brand identity*, meliputi desain label kemasan (*packaging product*), brosur, dan *standing banner* sebagai media informasi dan promosi yang mendukung penyampaian identitas visual Reegees kepada target audiens.

Brand identity ini kemudian telah diimplementasikan dan diserahkan kepada pemilik UMKM Red Ginger Sparkling melalui Google Drive dalam format *file* asli dan siap pakai sebagai bentuk keberlanjutan karya. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa seluruh indikator *Key Performance Indicator* (KPI) telah melampaui target minimal 50%, sehingga strategi *rebranding brand identity* Reegees berhasil mendukung upaya *repositioning* Red Ginger Sparkling sebagai minuman *healthy lifestyle* yang modern dan relevan bagi Generasi Z.

5.2 Saran

Dalam pembuatan karya *rebranding brand identity Reegees*, penulis menyadari masih terdapat beberapa kekurangan dalam proses perancangan maupun penerapan desain yang telah dibuat. Dengan demikian, penulis memberikan beberapa saran yaitu:

1. UMKM Red Ginger Sparkling (Reegees) disarankan untuk menjaga konsistensi penerapan identitas visual yang telah dirancang pada seluruh produk dan media komunikasi, agar citra merek tetap kuat, mudah dikenali, serta mendukung *positioning* sebagai *minuman healthy lifestyle*.
2. Pemilihan bahan kemasan dan proses produksi cetak perlu lebih diperhatikan untuk menjaga kualitas hasil akhir desain, sehingga tampilan produk tetap sesuai dengan konsep visual yang telah dirancang dan mampu memperkuat persepsi produk yang modern serta profesional.
3. UMKM Red Ginger Sparkling (Reegees) disarankan untuk mengembangkan strategi pemasaran digital melalui media sosial dan *marketplace online*, agar produk dapat menjangkau target pasar yang lebih luas, khususnya Generasi Z yang memiliki kebiasaan mencari informasi dan produk melalui platform digital.
4. UMKM Red Ginger Sparkling (Reegees) diharapkan dapat memanfaatkan seluruh media promosi yang telah dirancang secara optimal, seperti label kemasan, *standing banner*, dan media pendukung lainnya, agar identitas visual baru dapat tersampaikan secara konsisten kepada konsumen.
5. Penyempurnaan karya dilakukan dengan memperhatikan beberapa aspek yang masih dapat dikembangkan pada perancangan selanjutnya. Pada desain brosur, pemanfaatan *blank space* dapat diatur lebih optimal agar komposisi informasi lebih seimbang dan ruang yang tersedia dapat dimanfaatkan secara efektif. Selain itu, keunggulan produk seperti hasil uji laboratorium dapat lebih ditonjolkan sebagai informasi pendukung untuk meningkatkan kepercayaan konsumen.