

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan tujuan yang ingin dicapai dari promosi Jamu Gendong maka didapat beberapa kesimpulan. Pembuatan promosi ini dimaksudkan agar Jamu Gendong dapat berkembang di kalangan wisatawan, dan dapat dijadikan sebagai salah satu wisata kesehatan, selain itu untuk pelestarian warisan budaya Indonesia. Oleh sebab itu dibuatlah perancangan visual Jamu Gendong yang akan dipakai beberapa obyek wisata di kota Bandung sebagai proyek percontohan selama 1 tahun. Desain yang dibuat masih bernuansa tradisional Jawa dan berbaur dengan nuansa modern.

Agar masyarakat mengetahui adanya Jamu Gendong ini, maka dibutuhkan media promosi yang sesuai diantaranya membuat brosur, iklan koran, poster dengan menonjolkan unsur alami dan tradisional- modern sehingga target tertarik untuk mencoba Jamu Gendong. Kota Bandung yang sekarang ini menjadi kota kuliner dan banyak dikunjungi wisatawan di setiap akhir pekan membuat Jamu Gendong ini memiliki potensi untuk dikembangkan di kota Bandung. Obyek-obyek wisata seperti Kampung Daun, Kampung Gajah, Tangkuban Perahu serta *Paskal Hyper Square* yang sekarang ini menjadi objek wisata para wisatawan yang kuliner dan bermain bersama keluarganya, memiliki potensi untuk mengembangkan budaya minum jamu.

Dalam desain *branding* dan promosi yang dibuat, penulis berusaha untuk mengkomunikasikan secara visual usaha Jamu Gendong dengan menonjolkan kesan alami, sehat, tradisional, elegan, dengan penggunaan warna dan tipografi yang berkesan tradisional agar pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dengan baik oleh target (wisatawan).

## 5.2 Saran Penulis

Promosi Jamu Gendong memiliki potensi yang besar untuk dapat dikembangkan karena selain melestarikan warisan budaya Indonesia, Jamu Gendong sendiri memiliki manfaat yang baik untuk kesehatan. Oleh karena itu perlunya dukungan dari pemerintah agar budaya minum jamu ini tidak punah melainkan dapat dijadikan kebiasaan/ *lifestyle* minum jamu yang baik untuk kesehatan.

Selain itu fenomena yang terjadi di masyarakat yang menganggap minum Jamu Gendong kurang *higienis* dan menganggap Jamu Gendong kuno, dengan adanya promosi Jamu Gendong ini diharapkan penilaian masyarakat berubah sehingga usaha Jamu Gendong dapat berkembang dan dapat menaikkan tingkat positioning serta citra Jamu Gendong itu sendiri.

PT. Sido Muncul yang menjadi perusahaan jamu terbesar yang memproduksi jamu pabrikan, hendaknya lebih memperhatikan penjual- penjual jamu seperti salah satunya Jamu Gendong karena Jamu Gendong sendiri sebenarnya telah ikut berperan besar dalam membudayakan minum jamu. Hal ini dapat mengangkat budaya minum jamu dalam efek jangka panjang serta meningkatkan penjualan produk Sido Muncul secara tidak langsung.