

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Dari hasil analisis dan pengerjaan desain, dapat disimpulkan bahwa mayoritas dari kalangan dewasa muda yang tinggal di perkotaan dengan tingkat ekonomi menengah dan menengah keatas tidak mengetahui mengenai camilan tradisional kolontong. Pemecahan masalah di atas adalah dengan membuat “*Rebranding* dan Promosi Camilan Tradisional Kolontong” untuk mempromosikan dan mengenalkan kembali produk kolontong kepada masyarakat, terutama target *market*. *Rebranding* berfungsi untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk, sedangkan promosi berfungsi sebagai pengenalan produk kepada masyarakat yang dibantu dengan menggunakan strategi pemasaran AISAS yang sesuai dengan perkembangan zaman dan teknologi masa kini.

5.2 Saran

Saran yang didapat dalam penulisan karya tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Desain menu untuk *foodtruck* seharusnya dapat dieksplor lebih lagi, misalnya ukuran bisa lebih besar.
2. Warna pada *mascot* I'm Krez seharusnya lebih terang atau lebih mirip dengan warna camilan asli kolontong.
3. Perhatikan teknik dan strategi dalam presentasi.