

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan pembahasan hasil, dapat ditarik beberapa kesimpulan mengenai perancangan visual rebranding dan promosi kemasan dendeng jantung pisang sebagai makanan khas Cimahi , yaitu :

1. Kurangnya informasi membuat kebanyakan masyarakat yang masih belum mengetahui produk “DENJAPI”
2. Paradigma beberapa masyarakat yang masih menilai jantung pisang tidak dapat diolah menjadi makanan.
3. Kurangnya promosi pemilik untuk mengenalkan produk “DENJAPI” sebagai makanan yang sehat.
4. Melalui perancangan *rebranding* dan promosi kemasan dendeng jantung pisang sebagai makanan khas Kota Cimahi ini bertujuan untuk memberitahu dan menginformasikan keberadaan produk “DENJAPI” dan mengubah pola pikir masyarakat bahwa jantung pisang tidak hanya sebagai limbah tapi jantung pisang dapat di olah menjadi makanan sehat tidak hanya menjadi sayuran tapi dapat di olah menjadi dendeng dan abon.

5.2 Saran

Sebagian besar masyarakat Indonesia masih belum mengetahui produk “DENJAPI” yang berasal dari Kota Cimahi. Oleh karena itu, dengan membuat perancangan visual rebranding dan promosi kemasan dendeng jantung pisang sebagai makanan khas Cimahi yang menarik dan disesuaikan dengan target audience, yaitu wanita dewasa muda dan

wanita yang sudah berkeluarga. Sehingga masyarakat khususnya ibu - ibu dapat menerima pesan yang akan disampaikan dalam promosi.

Saran yang diterima penulis terhadap perancangan karya tugas akhir ini adalah membuat promosi dan kemasan yang harus dilakukan sebaik-baiknya agar dapat mencapai visual yang langsung memberikan pesan yang ingin disampaikan. Penggunaan elemen visual dan penggunaan warna sebaiknya lebih berhati-hati agar tidak merusak visual yang digunakan terhadap perancangan karya tugas akhir ini. Maka saran penulis terhadap perancangan karya tugas akhir ini adalah perancangan sebaiknya dilakukan dengan sungguh-sungguh dan mendalami terhadap topik yang akan dibuat.

