

5. PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Ayam Geprek Cipta merupakan usaha baru yang bergerak pada bidang makanan. Pada awalnya Ayam Geprek Cipta belum memiliki identitas *brand*, hal ini membuat Ayam Geprek Cipta tidak dikenal oleh masyarakat sekitar. Oleh karena itu perancangan ini membuat identitas *brand* untuk Ayam Geprek Cipta sehingga dapat menimbulkan *brand awareness* kepada masyarakat di Blora. Untuk membuat identitas *brand* yang tepat dibutuhkan diferensiasi *brand* yang kuat. *Branding* Ayam Geprek Cipta yang pertamanya membuat identitas usaha berupa logo dan *tagline*. Kemudian penulis menganalisis untuk menentukan strategi branding sesuai dengan target *market* dan *audience* yang ada di Blora. Setelah itu media promosi yang digunakan untuk menciptakan *brand awareness* adalah media radio dan brosur. *Tagline* yang didapatkan dari proses pembuatan yaitu “Enaknya mudah dinikmati”. Gaya desain yang diterapkan pada media-media yang digunakan seperti *menu*, brosur, x banner, kartu nama, kupon stamp, stempel, dan baju karyawan untuk membangun identitas *brand* Ayam Geprek Cipta. Jika Ayam Geprek Cipta sudah memiliki *brandnya* maka dapat bersaing dengan kompetitor-kompetitornya.

5.2. Saran

Saran bagi yang tertarik untuk meneliti hal yang serupa yaitu dalam membuat strategi *branding* adalah selalu mengingat dasar fondasi *brand* dan dalam menganalisis harus juga memperhatikan tingkah laku serta kebiasaan target *audience* dan *market* di daerah yang ditinjau. Dalam menciptakan suatu *brand* harus sesuai dengan karakteristiknya yang *real*. Untuk peneliti selanjutnya bisa lebih dikembangkan lagi dari strategi promosinya yang efektif dan ekonomis serta dari segi kemasan bisa lebih dikembangkan lagi inovasinya dari segi bahan dan fungsinya.