

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Merujuk pada hasil penelitian dan pembahasan penelitian yang sudah dilakukan yakni tentang *brand identity Kapuyuak* sebagai distro lokal khas Minang di Kota Bukittinggi, maka dapat diambil kesimpulan yakni berupa:

1. *Brand Identity Distro Kapuyuak* terdiri dari berbagai elemen merek yang dapat membentuk *brand* yang unik. Data yang peneliti dapatkan sesuai dengan penerapan teori *brand identity prism*. Hal ini dapat terlihat dari potensi yang dimiliki *Kapuyuak* berupa eksistensi *Kapuyuak* yang memiliki produk lokal khas Minang yang umumnya dijadikan sebagai oleh-oleh di Kota Bukittinggi, penataan ruangan yang bagus serta pemilihan lokasi hanya ada di Kota Bukittinggi saja. *Brand identity* yang dibentuk *Kapuyuak* juga terlihat pada tampilan logo yang simpel, *tagline* “*Kaos unik raso Minang*” yang menarik target pasar, penggunaan bahasa Minang yang ada pada produk *Kapuyuak* serta mengutamakan kenyamanan konsumen sehingga dapat diingat oleh masyarakat terutama konsumen *Kapuyuak*.

2. Promosi yang dilakukan *Distro Kapuyuak* untuk menyampaikan *brand identity* yaitu memanfaatkan media sosial seperti Instagram serta mengandalkan promosi dari mulut ke mulut yang dilakukan oleh konsumen berdasarkan pengalaman mereka berbelanja di *Distro Kapuyuak*. Melalui promosi tersebut, *Distro Kapuyuak*

berhasil dalam mengkomunikasikan *brand identity* sebagai *distro* lokal khas Minang di Kota Bukittinggi sehingga membuat masyarakat mengetahui *brand identity* yang dimiliki *Distro Kapuyuak*.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti, maka penelitian ini memberikan saran yakni :

1. Bagi pemilik usaha *Distro Kapuyuak* agar dapat mengembangkan strateginya dalam membentuk *brand identity* yang kuat di mata masyarakat. Hal ini dapat dilakukan dengan melibatkan tiap-tiap komponen berupa aspek fisik, aspek kepribadian, aspek budaya, aspek hubungan, aspek refleksi serta aspek citra diri yang membentuk *brand identity* sehingga komponen-komponen tersebut dapat saling terhubung satu sama lain.
2. Bagi pemilik usaha *Distro Kapuyuak* agar memaksimalkan promosi yang dilakukan. Hal ini dilakukan dengan cara tetap konsisten dalam melakukan promosi. Promosi tidak hanya dilakukan di media sosial Instagram saja namun bisa dilakukan dengan memanfaatkan media sosial lainnya seperti tiktok.
3. Bagi mahasiswa ilmu komunikasi agar dapat melakukan penelitian mengenai *brand identity* yang ada pada suatu merek. Penelitian selanjutnya dapat memperdalam analisisnya mengenai setiap aspek yang ada pada *brand identity* yang dilihat dari sisi konsumen terutama pada

aspek refleksi dan aspek citra diri merek sehingga dapat memberikan hasil penelitian yang lebih menarik.

