BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil analisis dan pembahasan yang sudah dijelaskan di atas, ditemukan bahwa dalam perancangan konten media sosial di *Instagram* Rebin Coffee, diperlukan konsep yang sesuai dengan identitas *brand* perusahaan dengan memberikan tampilan baru dan meningkatkan *brand awareness* di mata calon konsumen. Dalam perancangan ini pemilihan produk berkualitas yang tepat juga dapat berpengaruh untuk menarik perhatian konsumen dan mempermudah konsumen untuk memperoleh informasi mengenai Rebin Coffee. Namun, diperlukan pula konsistensi kesatuan visual pada konten media sosial *Instagram* yang dirancang baik dari penggunaan jenis *layout*, elemen grafis, ilustrasi, tipografi dan warna. Hal ini berfungsi agar Rebin Coffee dapat memiliki *brand personality* yang khas di mata konsumen.

5.2 Saran

Industri *Coffee Shop* mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir, terutama di Klaten. Membentuk identitas brand Rebin Coffee membutuhkan proses yang matang untuk mencapai tujuan desain. Oleh karena itu, diperlukan riset segmentasi pasar yang lebih mendalam untuk meningkatkan kuantitas dan kualitas dalam eksekusi strategi visual branding. yang dapat memberikan efek positif pada Rebin Coffee.