

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari pembahasan di atas, maka dapat disampaikan bahwa *rebranding* melalui perubahan bentuk dan *typography* logo serta pengaturan konten terhadap *brand* “*Luckiest Cat*” ini berhasil mendapat respon yang baik dan positif dari para responden. Penelitian ini juga berhasil meningkatkan citra *brand* selama satu bulan yang ditandai dengan meningkatnya ketertarikan *followers* terhadap konten.

Dapat ditarik kesimpulan dari penelitian di atas, yaitu:

1. Penelitian ini telah menyelesaikan masalah terkait *rebranding* bahwa konsumen merasa setuju bahwa bentuk dan *typography* logo yang baru pada *brand Luckiest Cat* lebih menarik dan berhasil menyampaikan makna produk
2. Penelitian ini telah menyelesaikan masalah terkait penambahan konten dan video promosi yang dipublikasikan melalui Instagram, yaitu dapat meningkatkan citra produk *brand Luckiest Cat* yang dilihat dari peningkatan *account reached* sebanyak 76,6%, *account engaged* sebanyak 361%, peningkatan *followers* sebanyak 19,6%.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian di atas, adapun beberapa saran yang dapat dikemukakan yaitu:

1. Penulis diharapkan kedepannya dapat mengembangkan *rebranding* dan pengaturan konten bukan hanya pada media sosial Instagram saja.

2. Penulis diharapkan kedepannya dapat membuat *template* untuk hari raya dengan menggunakan format 4:5 pada desain postingan.
3. Penulis diharapkan melakukan perubahan letak gambar dalam video promosi produk agar gambar terlihat lebih nyaman oleh konsumen dan melakukan penambahan *background music* pada video promosi agar memberikan daya tarik dan terkesan modern.
4. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mengembangkan penelitian yang belum dilakukan oleh peneliti saat ini, yaitu pengaruh kualitas pelayanan sebuah *brand (quality service of brand)*

