

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

a. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah dan proses produksi yang telah dilaksanakan, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Penulis berhasil melakukan pengkaryaan dengan merancang *brand identity* untuk meningkatkan *brand recognition* dan berhasil meningkatkan penjualan UMKM Lapis Manado Ibu Jojo.
2. Berhasil melakukan penciptaan logo dan *tagline* serta implementasi berupa kemasan box, kemasan plastik, *standing banner*, dan *totebag* untuk membantu UMKM Lapis Manado Ibu Jojo dalam membedakan produknya dengan kompetitor lain.
3. *Brand identity* yang dirancang dalam pengkaryaan ini menerapkan kombinasi elemen visual yang kuat, meliputi penggunaan warna merah maroon, hijau, kuning, dan hitam sebagai representasi dari produk Lapis Manado Ibu Jojo. Elemen – elemen tersebut secara visual mampu membedakan produk dari kompetitor dan menciptakan identitas visual yang mudah dikenali.
4. Melalui penggunaan elemen desain yang dibentuk, tidak hanya berfungsi sebagai pembeda, tetapi juga mampu membangun asosiasi visual yang kuat di benak konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa *brand identity* yang dirancang dapat meningkatkan *brand recognition*, sehingga membantu memperluas jangkauan pasar dan memperkuat merek di tengah persaingan UMKM sejenis.
5. Karya ini juga telah diarahkan pada keberlanjutan usaha, dengan dilakukannya pendaftaran legalitas UMKM melalui OSS dan partisipasi dalam program *Jakarta Entrepreneur*, sehingga *brand identity* yang dibuat dapat digunakan secara resmi dan berkelanjutan.

b. Saran

Dalam pembuatan karya tugas akhir ini, penulis menyadari masih mendapati banyak kekurangan baik dalam hal produksi, desain, dan lainnya. Dengan demikian, beberapa saran yang penulis berikan yaitu:

1. Dalam proses pembuatan tugas akhir dari awal sampai akhir produksi, diharapkan agar menjaga komunikasi dengan pelaku UMKM agar mempermudah proses produksi *brand identity* tanpa adanya kesalahpahaman.
2. Bagi Pelaku UMKM, disarankan untuk menggunakan elemen *brand identity* secara konsisten di seluruh media promosi dan kemasan agar citra merek yang telah dirancang dapat tertanam kuat di benak konsumen.
3. Lebih banyak mencoba aplikasi editing yang lebih canggih untuk dimanfaatkan sebagai *tools* pembuatan desain.
4. Mencari lebih banyak referensi mulai dari internet, media sosial, dan toko kue *offline* untuk mempermudah dalam merancang ide konsep pembuatan desain *brand identity*.
5. Pemilihan vendor percetakan yang tepat, karena akan memengaruhi kualitas karya yang telah dicetak.