

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Sebagai bagian dari proses perancangan ulang merek, penulis telah mengembangkan berbagai elemen visual, mulai dari desain logo yang unik, pemilihan jenis huruf yang sesuai, hingga penentuan palet warna yang khas. Selain itu, penulis juga membuat pedoman penggunaan logo untuk memastikan konsistensi dalam penerapannya. Semua elemen ini dirancang dengan tujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap merek Sanggar Jumputan Maharani. Untuk memperkenalkan identitas merek yang baru ini, penulis akan melakukan kampanye promosi melalui media sosial, terutama Instagram. Strategi promosi ini akan mencakup pembuatan konten yang menarik dan relevan serta penggunaan iklan berbayar untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

Dalam proses produksi penulis menemukan beberapa kendala seperti miss komunikasi penulis dengan owner dalam menentukan waktu *deadline* pembentukan identitas visual yang baru, serta perubahan konsep dengan tiba-tiba yang di berikan oleh owner sehingga membuat banyak revisi dan memakan waktu.

5.2 Saran

Pada perancangan terdapat beberapa saran bagi perusahaan Sanggar Jumputan Maharani sebagai UMKM yaitu, harus memperhatikan dan mempresentasikan identitas, agar dapat diingat masyarakat dengan mudah. Serta mempelajari strategi marketing untuk meningkatkan kualitas, dan konsisten dalam membuat konten untuk memberi tahu yang terbaru di setiap harinya.

Untuk pembaca yang ingin mengambil tema identitas visual, dapat menjadikan salah satu referensi kedepannya untuk *Skripsi Skema Content Creator*. Mengambil lebih banyak lagi referensi dan menciptakan sebuah karya untuk mengembangkan sebuah karya.