

BAB V

KESIMPULAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil perancangan Brand identity “USEP KM Tempe Nongkosingit” yang telah dibuat, maka dapat disimpulkan bahwa pembuatan perancangan *branding identity* menjadi inovasi bagi USEP KM Tempe Nongkosingit dalam membangun sebuah kepercayaan pada masyarakat dalam sebuah Perusahaan yang bekerja dibidang kuliner atau produk makanan. Memiliki suatu identitas menjadi hal yang harus ada dalam sebuah branding karena dapat membedakan produk-produk kita dengan produk pesaing yang mirip dengan produk kita. Disamping itu, dengan perancangan *branding identity* dapat membantu “USEP KM Tempe Nongsingit” meningkatkan kualitas produknya sehingga mudah dikenali oleh konsumen dan menjadikan salah satu UMKM penghasil tempe berkemasan plastik di Padukuhan Nongkosingit, dadapayu, Kecamatan Semanu, Kabupaten Gunung Kidul, Yogyakarta.

Tidak hanya dengan sebuah identitas yang digunakan sebagai media pendekatan kepada masyarakat untuk dikenal, melainkan perlu untuk dilakukannya sebuah promosi melalui media-media pendukung seperti kartu nama, poster, kemasan yang menarik, *merchandise* sebagai hadiah dalam ketentuan dalam pembelian dan lain sebagainya. Selain menggunakan media-media yang ada, mengidentifikasi komponen-komponen perancangan *branding identity* seperti warna, tipografi dan elemen-elemen visual yang akan nantinya digunakan dalam pembuatan media-media promosi agar terlihat selaras dan menarik Ketika diaplikasikan ke dalam media-media tersebut. Dengan identitas *brand* yang menarik serta produk yang bagus menjadi nilai lebih untuk membangun kepercayaan, loyalitas, hubungan dan kesan positif terhadap konsumen.

5.2.Saran

Saran yang diperoleh dan yang bisa diberikan dari penelitian ataupun perancangan visual ini adalah yang pertama bagi perguruan tinggi atau Universitas lebih menambah aktivitas atau kegiatan kuliah yang bersifat praktek yang bisa menambah daya saing kedepannya bagi mahasiswa, karena utamanya dalam dunia kerja atau industry adalah kemampuan lebih nomor satu yang diperhatikan. Saran yang kedua untuk tim serta anggota USEP KM Tempe Nongkosingit adalah untuk terus membuat sebuah cerita atau postingan promosi di media sosial agar kalangan Masyarakat luas bisa lebih mengenal USEP KM Tempe Nongkosingit agar konsumen tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan.