

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

5.1. Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap UMKM Teh Daun Strawberry terkait identitas visual perusahaan, tahap awal penelitian meliputi observasi dan wawancara langsung dengan pihak perusahaan untuk mengumpulkan data. Data yang diperoleh mencakup informasi detail tentang perusahaan, yang kemudian dianalisis menggunakan metode 5W1H (*what, who, when, why, where, how*) secara deskriptif. Hasil analisis data tersebut menjadi dasar dalam merancang konsep identitas visual yang sesuai dengan karakter UMKM Teh Daun Strawberry. Konsep perancangan identitas visual dibuat dengan mempertimbangkan karakteristik perusahaan dan bidang usaha yang dijalankan. Peneliti menekankan kesederhanaan, nuansa alami, dan semangat dalam desain logo. Karena perusahaan bergerak di bidang minuman herbal, kombinasi warna hijau, oranye, dan kuning dipilih, serta gaya *flat design* diterapkan dalam *brand guideline* untuk memberikan kesan yang sederhana dan profesional. Hasil dari perancangan identitas visual UMKM Teh Daun Strawberry berupa *brand guideline* yang berupa *hard file* dan *soft file* berupa PDF sebagai panduan media visual yang berisikan logo, tipografi, warna, dan juga *pattern*. Digunakan media pendukung yang telah disesuaikan dengan kebutuhan UMKM yaitu desain kemasan dan juga beberapa *merchandise* (cangkir, *paper bag*, sticker, *T-shirt*, apron), serta video *motion graphics* singkat yang berisikan pengenalan logo UMKM. Melalui perancangan identitas visual ini, diharapkan perusahaan dapat memperkuat citra visualnya dengan memiliki karakteristik unik, serta memastikan pengembangan identitas visual secara konsisten di berbagai media.

5.2. Implikasi

Penelitian mengenai perancangan identitas visual untuk UMKM Teh Daun Strawberry mendapatkan implikasi yang sangat penting untuk memperkuat citra merek dan meningkatkan daya saing yang kompetitif. Penelitian ini

menghasilkan output berupa desain kemasan dan berbagai merchandise yang dapat membantu memperkuat identitas visual perusahaan. Desain kemasan yang menarik dan profesional akan meningkatkan daya tarik produk di pasaran, sehingga dapat memberikan nilai tambah bagi UMKM Teh Daun Strawberry dalam menarik perhatian konsumen. Sementara itu, *merchandise* yang dirancang secara konsisten dengan identitas visual perusahaan dapat digunakan sebagai media promosi efektif untuk meningkatkan *brand awareness*. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada peningkatan citra perusahaan, memperluas jangkauan pasar, dan mendukung pertumbuhan ekonomi UMKM secara berkelanjutan.

5.3. Rekomendasi

Setelah mendapatkan hasil dari perancangan identitas visual UMKM Teh Daun Strawberry, dalam hal ini peneliti memberikan beberapa rekomendasi terkait :

1. Perusahaan disarankan untuk menerapkan identitas visual yang telah dirancang secara konsisten pada semua media komunikasi visual, seperti kemasan produk, *merchandise*, dan materi promosi lainnya, agar citra perusahaan semakin kuat dan profesional.
2. Desain kemasan yang menarik dan informasi perlu digunakan secara menyeluruh pada produk untuk meningkatkan daya tarik dan diferensiasi di pasar, sekaligus memudahkan konsumen dalam mengenali produk.
3. Perusahaan disarankan untuk terus mengevaluasi efektivitas identitas visual yang diterapkan dan melakukan pengembangan lebih lanjut sesuai dengan tren pasar dan kebutuhan konsumen, agar UMKM Teh Daun Strawberry tetap kompetitif dan relevan di industri minuman herbal.
4. Selain itu UMKM Teh Daun Strawberry disarankan untuk terus berkembang dengan memasarkan produknya menggunakan platform digital, seperti media sosial dan market place lainnya.

