



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Simpulan

Sebuah merek dapat dikenali secara luas, maka merek tersebut perlu memiliki sebuah identitas yang otentik. Sehingga merek tersebut dapat diingat dan dibedakan dengan merek atau kompetitor lainnya. Dalam perjalanan karirnya, Omah Cangkem memperoleh berbagai prestasi dan pengakuan dari beberapa pihak ternama seperti BEKRAF, Dinas Kebudayaan, Keraton Ngayogyakarta, dan beberapa media nasional di Indonesia. Dengan capaian tersebut tidak diimbangi dengan identitas merek Omah Cangkem yang belum mempunyai identitas, yang berdampak pada tidak tersampainya visi dan misi Omah Cangkem, dengan target audiens generasi muda. Sulit dikenali masyarakat umum dan menimbulkan persepsi/ citra yang berbeda. Maka, penulis melakukan perancangan identitas merek untuk Omah Cangkem, agar membantu dalam mewujudkan visi dan misinya, dalam rangka pelestarian kebudayaan, dan sanggar dapat dikenali secara luas.

Penulis merancang identitas merek Omah Cangkem dengan mengangkat dari, pemaknaan nama Omah Cangkem dan filosofi hidup menurut Pak Pardiman. Penulis mencoba untuk mendalami nilai atau ide tersebut ke dalam perancangan melalui *brainstorming*, *mindmap*, *big idea*, konsep, dan *brand mantra*. Maka ditentukanlah *Nyawiji Ing Urip* sebagai ide besar perancangan identitas merek. Memiliki konsep perancangan yakni, mengembangkan edukasi untuk penerus bangsa dengan kemasan yang aktif dan gembira. Omah Cangkem selalu hadir tulus untuk berdedikasi edukasi dalam rangka pelestarian budaya. Setelah identitas merek selesai dirancang, aturan penggunaan identitas merek dan pengaplikasiian pada media seperti *stationery*, *marketing collateral*, sosial media, dan *merchandise* disusun ke dalam *Graphic Standard Manual*(GSM).

## 5.2 Saran

Dalam merancang identitas merek Omah Cangkem, berdasarkan pengalaman penulis ada beberapa hal penting yang perlu diperhatikan dalam proses merancang identitas merek sebuah sanggar. Diawali dengan disarankan untuk melakukan riset yang mendalam, langsung kedalam lapangan. Menggali akar permasalahan dan informasi yang menyeluruh, namun juga memperhatikan etika dan perilaku yang sopan. Kemudian dipertimbangkan pula ketika melakukan riset, meminta izin pada pihak yang bersangkutan untuk mendokumentasikan hasil riset, untuk memperkaya insight yang diperoleh.

Penulis berharap bagi perancang dan peneliti lain yang melakukan perancangan identitas merek untuk tetap bersemangat, dalam mengumpulkan informasi dan insight, strategi, hingga proses perancangan. Untuk Omah Cangkem, penulis berharap perancangan identitas merek dapat berguna bagi sanggar, sehingga Omah Cangkem selalu dapat menjalankan visi dan misinya, dalam rangka pelestarian budaya, dan semakin dikenal secara luas dan semakin banyak prestasi yang diperoleh. Selain itu, penulis berharap pula lewat perancangan ini, dapat berguna bagi mahasiswa/i lain yang hendak melakukan perancangan sebuah identitas merek sanggar-sanggar lainnya yang berada di Indonesia.

