

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Simpulan

Kerajinan Kulit merupakan salah satu bidang usaha yang menjadi salah satu sektor utama dalam UMKM di Kabupaten Magetan. Melalui adanya sentra sebagai himpunan aktivitas produksi komoditas kerajinan kulit yaitu Sentra Kerajinan Kulit Jalan Sawo menjadi sebuah nilai lebih bagi bidang usaha kerajinan kulit di Kabupaten Magetan. Sebagai sebuah himpunan pengerajin kulit yang berada dalam sebuah kawasan tentunya memiliki sebuah keselarasan capaian dan cita-cita bersama untuk menjadi kawasan pengrajin kerajinan kulit asli Kabupaten Magetan.

Sebagai sebuah kawasan, Sentra Kerajinan Kulit Jalan Sawo belum memiliki sebuah identitas merek yang berguna sebagai penanda dan membangun persepsi di khalayak yang pasti dan terstruktur. Hal tersebut ternyata menimbulkan permasalahan terkait identifikasi Sentra Kerajinan Kulit Jalan Sawo sebagai sebuah kawasan khusus yang memiliki nilai tersendiri. Sehingga Langkah yang dapat diambil adalah membuat sebuah identitas merek yang mencakup identitas verbal dan visual bagi Sentra Kerajinan Kulit Jalan Sawo.

Dalam usaha menggapai solusi permasalahan identitas Sentra Kerajinan Kulit Jalan Sawo yaitu adanya pergeseran persepsi mengenai kawasan dan kesulitan dalam identifikasi kawasan. Maka dari itu, perancangan identitas merek Sentra Kerajinan Kulit Jalan Sawo dilakukan dengan mengadaptasi metode dari Alina Wheeler (2018) dalam buku *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team* yang mengusung lima tahapan perancangan yaitu *conducting research, clarifying strategy, designing identity, creating touchpoints, dan managing assets*. Dimulai dari *conducting research*.

Masalah identitas diperdalam baik dari sisi pengelola kawasan maupun dari sisi khalayak dan mencari tahu esensi utama dari Sentra Kerajinan Kulit Jalan Sawo

sebagai sebuah merek. Kemudian *clarifying strategy* dengan menentukan strategi perancangan identitas melalui pendalaman mengenai informasi dan data yang didapat pada proses sebelumnya seperti *brand mantra*, *tone of voice*, *personality* dan juga *brainstorming* hingga tercapailah ide dan konsep perancangan identitas. Ide *gegandehengan* atau bergandengan yang diuraikan sebagai wadah bergandengan dalam berkarya didapatkan dari *brainstorming* mengenai Sentra Kerajinan Kulit Jalan Sawo. Kemudian diricikan dalam sebuah konsep perancangan identitas yang mengadaptasi karakteristik kerajinan kulit yang digabungkan sehingga selaras dengan ide *gegandhengan*. Berikutnya dilakukan eksplorasi sketsa logo, supergrafis, dan *imagery* dalam *designing identity* sesuai dengan ide dan konsep yang telah didapatkan hingga didapatkan *wordmark* Jalan Sawo yang menampilkan bentuk lengkungan dalam kerajinan kulit dan karakteristik lainnya, supergrafis yang didapatkan dari stilasi bentuk dari elemen dalam kerajinan kulit, pemilihan foto-foto mengenai kawasan sentra dan proses produksi kerajinan. Selanjutnya identitas yang telah dirancang diterapkan ke berbagai media yang sesuai dengan kebutuhan khalayak target sasaran desain dan juga pihak pengelola dalam proses *creating touchpoint*. Selanjutnya setelah media *touchpoints* dirancang adalah proses *managing assets* ke dalam sebuah *brand guideline* yang menjadi panduan penggunaan identitas dan esensi dari merek Jalan Sawo.

Melalui perancangan identitas merek untuk Sentra Kerajinan Kulit Jalan Sawo maka kawasan ini diharapkan dapat menyampaikan visi mereknya dengan baik ke benak khalayak. Selain itu, melalui adanya identitas merek ini diharapkan Jalan Sawo mampu menyampaikan nilai-nilai dan juga esensi mereknya kepada masyarakat dengan baik.

## 5.2 Saran

Perancangan yang dihasilkan merupakan bentuk solusi atas permasalahan dalam desain komunikasi visual yaitu mengenai identitas. Sehingga permasalahan harus dapat dipahami dengan baik terutama yang berkaitan dengan masalah identitas dari sebuah merek yang terspesifikasi sebagai merek suatu kawasan. Maka

dari itu perlu dilakukan pendalaman masalah melalui pihak-pihak yang berkaitan sehingga data dan informasi yang didapatkan bersifat objektif.

Hasil informasi yang telah didapatkan dapat dianalisis dan dipelajari kembali untuk memahami lingkup permasalahan dan juga objek perancangan seperti *positioning*, kompetitor, keunikan dan keistimewaan dari objek perancangan yakni Sentra Kerajinan Kulit Jalan Sawo sehingga dapat membantu proses perancangan .

Setelah memahami masalah dengan baik maka diperlukan adanya solusi yang sesuai dengan lingkup permasalahan, salah satunya target sasaran desain dimana solusi memiliki kesesuaian dengan latar belakang target sasaran desain sehingga solusi yang ditawarkan dapat berfungsi dengan baik.

Proses perancangan yang melewati tahapan perancangan berdasarkan metode keilmuan desain komunikasi visual tentunya memiliki runtutan proses yang terstruktur sehingga hasil yang didapatkan dapat maksimal. Maka dari itu perlu adanya kemawasan untuk dapat menjalani proses tersebut dengan baik melalui adanya kemampuan untuk melakukan manajemen waktu dan skala prioritas.

Hasil perancangan hendaknya juga dianalisis dan diujicoba kembali mengenai penggunaannya terutama yang berkaitan dengan penerapan media *touchpoint* sehingga dapat berfungsi dengan baik. Hal yang dimaksud seperti penambahan filosofi logo pada *brand guideline*, susunan *layout* pada kartu nama harus bisa berfungsi untuk nama baik yang panjang maupun pendek, perancangan brosur yang harusnya bisa menggunakan dua sisi dan sisi kerapihan media.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A