

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Pokdarwis Desa Medang adalah desa yang mempunyai potensi dan keunikan untuk dikembangkan, salah satunya adalah UMKM bernama Raja Lontong. Raja Lontong merupakan sebuah usaha yang bergerak di bidang kuliner yang menjual lontong. Raja Lontong memiliki visi dan misi untuk mengembangkan bisnisnya agar lebih dikenal masyarakat luas. Namun mereka belum memiliki identitas melalui media kolateral yang bisa membantu memasarkan produknya. Maka, media cetak dan digital Raja Lontong dirancang agar bisa meningkatkan *brand awareness* masyarakat dan bisa meningkatkan penjualan Raja Lontong.

Setiap media kolateral memiliki kegunaan dan fungsinya sendiri. Poster yang dirancang merupakan media promosi yang dapat memperkenalkan produk dan merek Raja Lontong kepada masyarakat. Poster dapat ditempel atau dipajang di dinding dimana banyak masyarakat berlalu-lalang sehingga dapat menarik perhatian mereka. Selain itu, media brosur juga digunakan untuk memperkenalkan produk Raja Lontong dan dapat dibagikan kepada konsumen atau masyarakat publik. Brosur tersebut berisi visual dan juga informasi yang menarik sehingga dapat meningkatkan *brand awareness* Raja Lontong. Media cetak selanjutnya yang efektif untuk digunakan adalah menu dan *x-banner*. Menu dan *x-banner* dapat membantu *brand* untuk memperjelas identitas merek Raja Lontong dan membuat konsumen tertarik karena dibuat menarik secara visual dan tetap menggunakan *brand identity* dari Raja Lontong. Kemudian, media spanduk, *signage* dan *vehicle design* dapat mempromosikan produk dan merek Raja Lontong karena diletakkan di tempat umum dimana spanduk dapat diakses oleh masyarakat luas. Lalu terdapat media digital yaitu *Instagram Feeds* dan *Instagram Story* yang juga membantu melengkapi identitas merek Raja Lontong dan juga dapat dengan efektif mempromosikan produk Raja Lontong karena sebagian besar masyarakat saat ini menggunakan *Instagram* sebagai media sosial utama. Terakhir, media digital *web*

ads dapat meningkatkan penjualan Raja Lontong dengan cara mengiklankan produk mereka di internet dan dapat diakses masyarakat luas.

Seluruh proses perancangan dimulai dengan riset, observasi, survei lapangan, dan wawancara dengan pihak desa serta pemilik UMKM Raja Lontong. Dalam perancangan ini, setiap desain mengikuti key visual yang telah ditetapkan agar semua karya tetap konsisten dengan ide dan konsem desain awal. Selanjutnya, melalui tahap sketsa, draft, revisi, hingga finalisasi, setiap desain media cetak dan digital UMKM Raja Lontong dibuat sesuai dengan fungsi dan tujuan masing-masing media, sehingga dapat meningkatkan kesadaran merek dan penjualan Raja Lontong.

5.2 Saran

Selama mengikuti MBKM *Cluster* Proyek Desa, penulis dapat memberikan beberapa saran, seperti pentingnya mencari data dan riset untuk menghasilkan perancangan karya yang baik. Selanjutnya, perlu diperhatikan urgensi permasalahan yang ada pada UMKM desa binaan agar dapat memberikan solusi yang tepat. Selain itu, setiap media cetak dan digital memiliki karakteristik dan fungsi yang berbeda, sehingga komposisi dan isi kontennya harus disesuaikan.

Akhirnya, karena perancangan ini masih belum sempurna, penulis mengharapkan saran dan kritik untuk perbaikan dalam penulisan dan perancangan di masa mendatang.

U M M N
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