

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Program MBKM Proyek Desa yang telah dilaksanakan selama enam bulan di Kelurahan Medang menunjukkan bahwa perancangan identitas visual memegang peranan penting dalam memperkuat posisi UMKM di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif. Studi kasus pada UMKM Dimsum Tahnia, Nana Cake & Cookies, serta Lafini mampu menggarisbawahi bahwa lemahnya identitas visual dapat berdampak pada rendahnya *brand awareness* serta kurangnya asosiasi positif terhadap *brand* oleh masyarakat luas. Melalui penerapan metode perancangan dari Alina Wheeler yang mencakup lima tahap utama yakni *conducting research*, *clarifying strategy*, *designing identity*, *creating touchpoints*, dan *managing assets*, proses rebranding UMKM Dimsum Tahnia berhasil menghasilkan sistem identitas visual yang tidak hanya konsisten, namun juga relevan dengan karakter target audiens.

Identitas baru yang terbentuk dapat mencerminkan nilai-nilai utama UMKM seperti keramahan, serta kepraktisan produk yang ditawarkan. Dalam implementasinya, perubahan ini tidak hanya mencakup logo dan warna, tetapi juga keberlanjutan pada media komunikasi visual seperti stiker, banner, hingga media promosi yakni konten di media sosial. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa kegiatan perancangan identitas visual tidak hanya berdampak pada tampilan visual semata, namun hal ini juga dapat menjadi strategi dalam jangka panjang untuk membangun persepsi *brand*, meningkatkan kepercayaan konsumen, serta mendukung pertumbuhan bisnis UMKM lokal khususnya di wilayah Medang.

5.2 Saran

Penulis menyarankan kepada UMKM dan Pokdarwis Medang agar hasil perancangan identitas visual yang telah dibuat, bisa dimanfaatkan secara konsisten baik itu dalam media promosi atau aktivitas pemasaran yang lain, secara *online*

maupun *offline*. Pelaku usaha UMKM juga perlu memahami pentingnya untuk menjaga estetika visual untuk memperkuat hubungan dengan konsumen yang telah dibangun. Selain itu, Pokdarwis Medang juga diharapkan mampu memberikan pendampingan serta pelatihan lanjutan mengenai branding, pemasaran digital, serta pengelolaan konten visual yang baik agar seluruh UMKM binaan bisa memiliki daya saing yang setara.

Penulis juga menyarankan kepada para dosen dan peneliti agar penelitian ini bisa dijadikan sebagai dasar untuk studi lanjutan terkait pengaruh rebranding terhadap perkembangan UMKM di wilayah desa. Perlu juga dilakukan pengkajian terhadap dampak sosial dan budaya dari rebranding ini terhadap masyarakat lokal, terutama dalam konteks pelestarian nilai-nilai lokal melalui visualisasi yang komunikatif.

Penulis juga berharap agar program MBKM Proyek Desa ini mampu menunjukkan potensi besar sebagai jembatan antara dunia akademik dengan masyarakat lokal. Maka dari itu, Universitas Multimedia Nusantara disarankan untuk mempertahankan serta mengembangkan proyek kolaboratif seperti MBKM Proyek Desa ini yang bisa berdampak langsung terhadap masyarakat sekitar.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA