

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

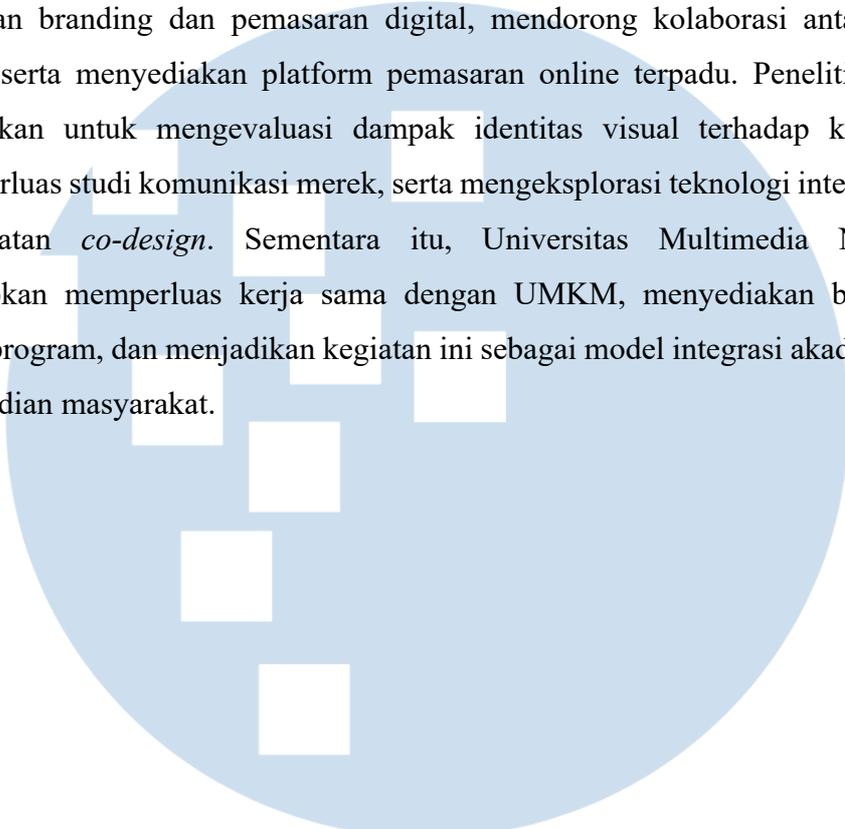
5.1 Simpulan

Pelaksanaan program MBKM Proyek Desa di Kelurahan Medang, khususnya pada UMKM Harashta, berhasil dilaksanakan dengan pendekatan berbasis desain komunikasi visual. Perancangan ulang identitas visual dilakukan secara sistematis, dimulai dari riset awal, analisis kebutuhan, pengembangan konsep, hingga implementasi desain. Hasil dari proyek ini menunjukkan beberapa pencapaian penting, di antaranya adalah terbentuknya identitas visual yang konsisten dan profesional melalui logo baru, supergrafis, dan Graphic Standard Manual (GSM) yang mempermudah pengenalan merek. Selain itu, branding digital juga diperkuat melalui optimalisasi media sosial, terutama Instagram, untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Seluruh elemen visual yang dirancang telah disesuaikan dengan karakteristik target pasar berdasarkan aspek demografis, psikografis, dan geografis. Tidak hanya berfokus pada sisi visual, proyek ini juga memberdayakan UMKM secara strategis dengan memberikan pemahaman kepada pelaku usaha tentang pentingnya citra merek dalam meningkatkan daya saing. Melalui program MBKM Proyek desa ini, penulis juga mendapatkan hard skill dalam mengembangkan kemampuan pada desain grafis, mulai dari pembuatan logo, supergrafis, media informasi (banner dan buku menu), packaging, dan juga merchandise. Dari segi soft skill, penulis juga mampu berkolaborasi dengan baik secara tim maupun dengan klien. Secara keseluruhan, program ini memberikan manfaat nyata bagi UMKM Harashta sekaligus memperkaya keterampilan praktis dan profesional mahasiswa dalam merancang solusi desain yang berdampak langsung di dunia nyata.

5.2 Saran

Rekomendasi dari hasil proyek ini mencakup empat pihak utama. Bagi UMKM Harashta, disarankan untuk menjaga konsistensi visual sesuai pedoman GSM, rutin memperbarui konten media sosial, serta mengembangkan desain

kemasan yang menarik. Pemerintah Kelurahan Medang diharapkan memberikan pelatihan branding dan pemasaran digital, mendorong kolaborasi antar pelaku usaha, serta menyediakan platform pemasaran online terpadu. Peneliti lanjutan disarankan untuk mengevaluasi dampak identitas visual terhadap konsumen, memperluas studi komunikasi merek, serta mengeksplorasi teknologi interaktif dan pendekatan *co-design*. Sementara itu, Universitas Multimedia Nusantara diharapkan memperluas kerja sama dengan UMKM, menyediakan bimbingan pasca-program, dan menjadikan kegiatan ini sebagai model integrasi akademik dan pengabdian masyarakat.



UMMN

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