

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa identitas visual dari usaha kerajinan Payung Geulis Karya Utama masih memiliki beberapa masalah yang mengakibatkan banyak masyarakat yang kurang mengetahuinya. Untuk mengatasi masalah tersebut, penulis melakukan perancangan ulang identitas visual Payung Geulis Karya Utama guna membantu masyarakat untuk lebih mengenali usaha kerajinan ini. Identitas visual yang dirancang menampilkan ciri khas yang sesuai dengan *positioning* yang didapat dari hasil pengolahan data, yaitu usaha kerajinan payung geulis paling tua yang legendaris. Selain itu, penulis juga membuat sebuah *brand guidelines* yang berisi mengenai panduan dan aturan penggunaan identitas visual yang bertujuan menjaga konsistensi tampilan identitas visual dalam penerapan pada berbagai media, seperti kartu nama, buku nota, stempel, amplop, kop surat, kemasan, stiker, kaos, postingan media sosial Instagram, *banner* dan juga poster.

6.2 Saran

Berdasarkan temuan dan keterbatasan pada penelitian ini, terdapat kesempatan untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan cakupan yang lebih luas, misalnya dalam aspek media promosi dan pemasaran. Hal ini bisa dilihat dari salah satu hambatan yang dimiliki Payung Geulis Karya Utama yang hanya memproduksi payung geulis apabila mendapatkan pesanan saja. Hasil perancangan ulang identitas visual ini dapat dijadikan sebagai rujukan hal tersebut. Dengan begitu, diharapkan dapat membantu Payung Geulis Karya Utama untuk bisa terus bertahan dan mencapai keberlanjutan jangka panjang dalam industri ini. Selain itu, perlu juga dilakukan upaya edukasi melalui media-media yang menarik sebagai upaya memperkenalkan payung geulis sebagai ikon Kota Tasikmalaya. Dengan demikian, diharapkan dapat membangkitkan minat dan kebanggaan masyarakat terhadap ikon Kota Tasikmalaya ini.