

## **BAB V PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

*Redesign visual identity* UMKM 2R Handy Craft bertujuan untuk membedakan 2R Handy Craft sebagai UMKM tapis dengan UMKM tapis lainnya yang berada di Lampung khususnya di Bandar Lampung. Pendekatan Visual Identity yang unik menjadi ide dasar dalam perancangan Visual Identity ini sehingga mampu membedakan identitas 2R Handy Craft dengan UMKM lainnya yang serupa dan berada di Lampung, Bandar Lampung.

Hasil dari perancangan ini mencakup Visual Identity yang inovatif seperti logo, warna, tipografi, elemen estetis, dan gaya desain promosi yang unik. Dalam perancangan ini, metode morfologi digunakan untuk menyederhanakan proses pencarian visual logogram dengan menggabungkan elemen visual dan solusi visual yang menghasilkan karakter baru yang menarik.. Visual Identity media terdiri dari media utama yaitu instagram serta media pendukung berupa banner, x-banner, stationary design, vehicle design, dl. Tujuan pembuatan media ini adalah untuk meningkatkan brand awareness terhadap 2R Handy Craft di kalangan masyarakat.

### **B. Saran**

Lebih baik jika sebuah desain yang dirancang dapat diterapkan sebagai solusi dalam kehidupan sehari-hari. Berikut merupakan beberapa saran yang bisa dituliskan pada penulisan ini :

3. Disarankan untuk melakukan wawancara terkait desain yang telah dibuat
4. Karya yang telah tercipta diharapkan dapat dimanfaatkan dengan baik oleh pemilik 2R Handy Craft demi kemajuan UMKM tapis itu sendiri.
5. Metode Morfologi dapat menjadi metode yang bisa dimaksimalkan dan digunakan dalam perancangan Desain Komunikasi Visual kedepannya.