

BAB III

PENUTUP

3.1 Kesimpulan

Berdasarkan kegiatan-kegiatan yang telah dilaksanakan, dapat disimpulkan :

1. Pengembangan Identitas Visual melalui Logo berhasil menciptakan simbol yang tidak hanya merepresentasikan produk kain kebung, tetapi juga nilai-nilai budaya masyarakat Lampung. Pemilihan elemen geometris yang terinspirasi dari motif kain kebung serta kombinasi warna tradisional (merah, kuning, putih, hitam) menjadikan Logo memiliki karakter kuat, mudah dikenali, dan mampu memperkuat citra merek.
2. Perancangan Banner berfungsi sebagai media promosi visual yang komunikatif dan efektif. Banner dirancang dengan ukuran 2 x 1 meter sehingga mampu menarik perhatian masyarakat dalam berbagai kegiatan promosi. Keberadaan Banner memberikan sarana bagi UMKM Lamban Kebung untuk memperkenalkan produk dengan cara yang lebih profesional dan terstruktur.
3. Proses perancangan yang meliputi pembuatan sketsa, digitalisasi, moodboard, hingga implementasi desain membuktikan bahwa penerapan metode desain komunikasi visual dapat menghasilkan karya yang konsisten dengan kebutuhan Branding UMKM. Tahapan tersebut juga menjadi bentuk pembelajaran langsung mengenai pentingnya riset, eksplorasi visual, serta penerapan prinsip desain yang tepat.
4. Hasil akhir berupa Logo dan Banner yang telah diserahkan kepada UMKM menunjukkan adanya dampak positif, yaitu peningkatan profesionalitas, penguatan citra visual, serta kemudahan konsumen dalam mengenali merek Lamban Kebung. Selain itu, desain ini juga diharapkan mampu menumbuhkan apresiasi masyarakat terhadap kain kebung Lampung sebagai warisan budaya daerah.

5. Pelaksanaan kegiatan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) di Desa Tengkujuh, Kecamatan Kalianda berlangsung secara lancar dengan dibantunya kontribusi dari warga sekitar dan aparat desa membuat kegiatan PKPM ini berjalan dengan semestinya.

3.2 Saran

Adapun saran atau masukan yang dapat penulis sampaikan sebagai berikut :

1. Diharapkan agar Logo yang telah dirancang digunakan secara konsisten di seluruh lini usaha, baik pada produk, media promosi cetak, maupun digital, sehingga Identitas Visual lebih mudah diingat konsumen.
2. UMKM sebaiknya mulai membangun kesadaran merek (brand awareness) dengan memanfaatkan Banner sebagai sarana promosi utama di berbagai kegiatan pameran, bazar, maupun toko offline.

3.3 Rekomendasi

1. Kepada Pemilik UMKM Dapat menerapkan ilmu yang telah diterapkan selama kegiatan PKPM berlangsung. Sebagai program yang wajib dilakukan oleh Mahasiswa, pihak IIB Darmajaya diminta untuk lebih mematangkan pelatihan pengerjaan dari Kegiatan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM).
2. Kepada pihak Institusi dapat merekomendasikan mahasiswanya untuk melaksanakan PKPM selanjutnya di Desa Tengkujuh, Kec.Kalianda karena masih banyak potensi yang harus dikembangkan di Desa Tengkujuh agar tersentuh oleh keterampilan mahasiswa-mahasiwa IIB Darmajaya.