

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari Perancangan *Corporate Identity* Sebagai Media Promosi Kain Tenun Ikat Aflah Jepara ini menghasilkan rancangan *corporate identity* yang berupa logo yang nantinya akan diaplikasikan pada *shopping bag*, kartu nama, poster, nota, label *hang tag*, stiker, kaos, *neon box*, dan *social media post* Instagram bagi Tenun Ikat Aflah.

Ciri umum dalam perancangan *corporate identity* Tenun Ikat Aflah adalah dengan dirancangnya sebuah logo sebagai identitas dari Tenun Ikat Aflah yang diaplikasikan pada setiap media yang dibutuhkan oleh Tenun Ikat Aflah. Hasil rancangan setiap media promosi memiliki ciri umum yaitu ditampilkannya logo dari Tenun Ikat Aflah.

Perancangan ini dapat digunakan sebagai alternative dalam meningkatkan citra dari Tenun Ikat Aflah. Melihat Tenun Ikat Aflah sendiri masih belum memiliki sebuah identitas, maka perancangan *corporate identity* sangat diperlukan bagi Tenun Ikat Aflah.

Perancangan *corporate identity* diharapkan dapat membantu pihak Tenun Ikat Aflah menentukan langkah dalam proses pembentukan citra perusahaan.

5.2 Saran

1. Dengan adanya perancangan *corporate identity* diharapkan mampu memberikan informasi dan pandangan mengenai perancangan sebuah *corporate identity* yang tepat. Selain itu secara tidak langsung dapat membantu dalam proses memajukan usaha yang dijalankan, dengan begitu dapat mempengaruhi meningkatnya penjualan Tenun Ikat Aflah.
2. Mempelajari hal-hal terkait dengan pemasaran untuk menarik konsumen untuk pengembangan perusahaan melalui pemanfaatan *corporate identity*

berdampak pada pemberian lapangan pekerjaan dan kesejahteraan karyawan.

3. Sebuah *home industry* dalam menentukan *corporate identity* haruslah sesuai dengan lembaganya dan konsisten dengan ide awal dan tujuan, sehingga *home industry* tersebut memiliki citra yang baik dimata masyarakat.

