

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan kajian objektivitas home industry tenun ikat Troso KF Kayra dan hasil perancangan *corporate identity* home industry KF Kayra yang diproduksi oleh home industry KF Kayra dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kebutuhan identitas telah dirancang dengan mengacu pada strategi kreatif berdasarkan positioning dan unique selling proposition (USP), sebagai penunjang identitas home industry KF Kayra sekaligus memunculkan keberadaan home industry KF Kayra sebagai industri penghasil kain tenun. Konsep perancangan desain *corporate identity* menggunakan metode kotak kaca atau glass box method yang berlanjut pada penentuan kajian terhadap keadaan objek melalui analisis SWOT, kemudian konsep beserta hasil perancangan mengacu pada analisis SWOT berdasarkan prinsip desain.
2. Perancangan yang dilakukan menghasilkan desain *corporate identity* dalam bentuk logo beserta media promosi home industry KF Kayra yang terdiri dari video promosi,

5.2. Saran

Dengan adanya perancangan *corporate identity* home industry KF Kayra, maka perlu dilakukan perbaikan pada hal-hal berikut:

1. Berdasarkan hasil perancangan *corporate identity* beserta penerapannya pada media promosi, maka diharapkan dapat diterapkan oleh pemiliknya. Hal ini bertujuan supaya identitas yang dimiliki oleh home industry KF Kayra dapat lebih kuat dibandingkan identitas sebelumnya, dan media promosi dengan konsep baru dapat menarik perhatian audiens terhadap home industry KF Kayra sehingga dapat diketahui keberadaannya.
2. Banyaknya media promosi yang sudah dirancang sesuai kebutuhan desain home industry KF Kayra dapat diimplementasikan pada strategi promosi sesuai dengan kebutuhan objek.