

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Metode Perancangan branding kain tenun Desa Sade berhasil menunjukkan bahwa strategi branding yang menggabungkan elemen budaya lokal dengan desain visual minimalis etnik dapat meningkatkan daya tarik produk bagi audiens muda, khususnya mereka yang mencari produk yang mengedepankan keunikan dan nilai budaya. Melalui elemen-elemen media utama seperti logo, GSM, packaging, katalog produk, dan Instagram, pesan merek dapat disampaikan secara konsisten dan menarik. Branding ini tidak hanya berfokus pada peningkatan nilai jual produk, tetapi juga berupaya memperkenalkan kain tenun Sade sebagai simbol identitas budaya yang relevan dengan gaya hidup anak muda masa kini. Dengan pendekatan ini, produk lokal tersebut berhasil menjembatani antara kekayaan tradisi dan tuntutan pasar modern.

#### **5.2 Saran**

Untuk memastikan bahwa branding kain tenun Desa Sade dapat berkembang dengan optimal, beberapa saran yang perlu dipertimbangkan adalah pertama, menjaga konsistensi penerapan identitas visual di seluruh media promosi, sehingga citra merek tetap kuat dan mudah dikenali. Kedua, pengelolaan akun Instagram harus dilakukan secara aktif dan kreatif, dengan mengutamakan konten yang tidak hanya menampilkan produk tetapi juga nilai budaya di baliknya, agar audiens dapat merasakan kedekatan emosional dengan produk tersebut. Ketiga, menjalin kolaborasi dengan komunitas lokal maupun influencer muda yang memiliki kedekatan dengan budaya dan tradisi dapat memperluas jangkauan audiens sekaligus memperkuat pesan merek. Keempat, penting untuk terus mengembangkan desain produk dan kemasan agar tetap inovatif dan menarik, sehingga produk tetap relevan dengan tren pasar. Terakhir, evaluasi pasar secara berkala perlu dilakukan untuk memastikan bahwa strategi branding selalu menyesuaikan dengan perkembangan tren dan kebutuhan audiens yang terus berubah.