BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Hasil dari redesain logo pariwisata kota Padang Panjang memiliki kesimpulan sebagai berikut :

1. Perancangan dimulai dengan mengumpulkan data dan meriset kembali citra wisata kota Padang Panjang. Yang kemudian divisualkan dalam bentuk logo, tipografi, layout, dan warna, serta media pendukung lainnya.
2. Menghasilkan logo yang representatif kepada masyarakat khususnya kepada wisatawan nusantara dan mancanegara untuk mengenal pesona wisata serta potensi kota Padang Panjang.
3. Menghadiran logo yang menggambarkan karakteristik serta daya tarik kota Padang Panjang sebagai wisata religi yang ada di tanah Minangkabau.
4. Perancangan ulang logo ini memberikan dampaka positif di sector pariwisata yang ameningkatkan jumlah pengunjung di kota Padang Panjang.

B. SARAN

Penciptaan tugas akhir ini merupakan salah satu persyaratan untuk mencapai drajat Strata 1 (S1). Upaya membangun *image* dan meningkatkan *awerness* bagi kepariwisataan kota Padang Panjang sebagai sumber ide dan gagasan pada redesain logo pariwisata jota Padang Panjang, diharapkan kehadiran karya ini tidak hanya sebagai tuntutan akademis, melainkan

sebagai tolak ukur bagi perkembangan desain khusus fakultas seni rupa dan desain ISI Padang Panjang.

Bagi para desainer harus jeli melihat perkembangan-perkembangan desain dan harus mampu mengatasi permasalahan-permasalahan yang ada dilingkungan yang berkaitan dengan desain. Pada karya-karya yang dibuat tentu masih jauh dari kata sempurna dan masih bisa dikembangkan. Maka dari itu, penulis menyarankan kepada berbagai pihak untuk memberi kritik dan saran dari karya yang telah diciptakan, demi pengembangan proses kreatif dan saran dari karya yang diciptakan, demi pengembangan proses kreatif dan inovatif untuk berkarya desain kedepannya.

INSTITUT SENI INDONESIA PADANGPANJANG

DAFTAR PUSTAKA

A, Basuki. (2013) Surabaya: Politeknik, 2013 - basuki.lecturer.pens.ac.id

Amaliah. Syefira Nur. (2020). *Analisis logo pariwisata provinsi Aceh*

Andiybt. (2011). Artikel Bacaan. In Tentang Pariwisata pp. 1-2.

Ahmad, Basuki. (2013). Surabaya: Politeknik, 2013. http:/basuki.lecturer.pens.ac.id. Diakses 20 Februari 2021.

A.Yoeti, Oka. (1996). *Pemasaran Pariwisata.* Angkasa: Bandung

A.Yoeti, Oka. (1996). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Angkasa: Bandung

Azhari. Irfan. (2019). *Analisis perbandingan motivasi, citra destinasi, dan gaya hidup wisatawan terhadap pariwisata kota Bandung* (Studi Pada Wisatawan Domestik dan Wisatawan Mancanegara)

Carter, David, E. (2005). *Logo redesigned how 200 companies successfully charged their image.* New York: Harper Collins

Craig, James. (2007). *Teori tipografi jenis huruf*. http:/dumetschool.com/teori-tipografi-jenis-huruf-part-1. Diakses 11 desember 2020.

Disparbud. (2017).*yuk intip makna logo pesona dan wonderful Indonesia.* http://disparbud.okukab.go.id/yuk-intip-makna-logo-pesona-dan-wonderful-indonesia. Diakses tanggal 14 Desember 2020.

Djaja, Martarina Hapsari. 2012 ” Perancangan Ulang *(Redesign) Logo Dan Corporate Identity System* C.V. Himawan Jaya”. Laporan Tugas Akhir Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Fahlevi, R. (2018). *Pesan visual logo pariwisata “THE LIGHT OF ACEH”.* 1.

Handiko, Gusveri. (2019). *Belajar dari Ukiran Rumah Gadang.* https://dutadamaisumaterabarat.id/belajar-dari-ukiran-rumah-gadang/. Diakses 10 Desember 2021

Kusrianto,Adi. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual.* Yogyakarta: ANDI OFFSET

Kotler, Philip. (2002). *Manajemen pemasaran edisi millennium.* Jakarta: PT.Indeks Kelompok Gramedia.

Luzar, C. L. (2013). Perancangan Logo Dalam Dunia Desain. In C. L. Luzar, pp. 514-517. Jakarta: Humaniora.

Mason, P. (1990). *Tourism: Environment and Development Perspectives*. Godalming, UK: World Wide Fund for Nature.

Maria, Siti.(2007).*pengungkapan nilai-nilai kepercayaan komunitas adat.* Nusa Tenggara Timur

Mc Intosh, Robert W. and Fupta, Shashikant. 1980. *Tourism, Principles, Practices, Philosophies.*Ohio : Grid Prublishisng Inc.

Murphy, Jhon. And Michael, Rowe. (1993). *How to design trademarks and logos.* Cincinnati, Ohio: Noert Light Books.

Nugraha, Aat Ruchiat. 2007. *Pengaruh Design Logo Baru Bumd Yang Berbasiskan Kearifan Lokal Terhadap Citra Perusahaan.* Jurnal Studi Kuantitatif Mengenai Perubahan Logo Baru pada PDAM Kota Bandung.

Oscario, Angela. 2013 "Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Brand". *Jurnal Humaniora* Vol.4 No.1

Perdana. (2007). Teori Tentang Logo Berdasarkan Elemen-elemen Visual. In Perdana, pp. 10-14

Rencana Strategis Dinas Pariwisata kota Padang Panjang tahun 2018-2023

Rustan, Surianto. (2009). Mendesain logo. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Sihombing, Danton.(2001).Tipografi Dalam Desain Grafis.Jakarta : Gramedia

Ubay, Fahri. (2016). *Bentuk dan Makna tersembunyi dari komponen dalam Logo.* http://klopidea.com/bentuk-dan-makna-tersembunyi-dari-komponen-dalam-logo/. Diakses 19 Januari 2021

Vancha, T. (2010). Teori Logo Beserta Elemennya. Jurnal Unikom , 3.