

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melalui pengumpulan data, pengolahan data, rumusan masalah sehingga menemukan solusi atas masalah dan analisis dari usaha Keripik Tempe Restu Ibu, langkah selanjutnya perancang melakukan redesain logo keripik tempe Restu Ibu yang menghadirkan identitas dan citra yang baru. Perancang berharap dengan adanya redesain logo keripik tempe Restu Ibu ini mampu memberikan solusi tentang identitas, citra yang positif sehingga masyarakat lebih mengetahui keripik tempe Restu Ibu dan mempermudah perusahaan untuk melakukan pemasaran.

Pada perancangan redesain logo keripik tempe Restu Ibu perancang melakukan redesain logo sesuai dengan target audiens yaitu konsumen yang menyukai makanan ringan dengan rentetan usia 15-50 tahun. Perancang menerapkan konsep *tone and manner* dengan keyword baru, alami, sehat, stabil, sehat, sederhana, inisial, ambigram, gestalt. Konsep ini bertujuan memberikan kesan yang simpel dan ramah, sehingga dapat menarik minat calon konsumen untuk membeli makanan ringan keripik tempe Restu Ibu.

Perancang berharap dengan adanya redesain logo keripik tempe Restu Ibu pemasaran perusahaan dapat lebih berkembang, sehingga membuat perusahaan semakin maju.

B. Saran

Skripsi karya ini merupakan salah satu syarat untuk mencapai sarjana Strata 1 (S1). Usaha keripik tempe Restu Ibu Padangpanjang sebagai sumber ide gagasan pada Redesain Logo Keripik Tempe Restu Ibu Padangpanjang. Diharapkan kehadiran skripsi karya ini tidak hanya sebagai tuntutan akademis, melainkan sebagai tolak ukur bagi perkembangan desain khususnya Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Padangpanjang.

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, perancang menyarankan kepada berbagai pihak untuk memberi kritik dan saran dari karya yang telah diciptakan, demi pengembangan proses kreatif dan inovasi untuk berkarya kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

Hofstadter, Douglas R. 1987. *Ambigrammi: Un microcosmo ideale per lo studio della creativita (Ambigrams: An Ideal Microworld for the Study of Creativity)*, Hopefulmonster Editore Firenze.

Jannah, Lu'Lu'Ul. 2013. *Redesain Logo dan Aplikasinya dalam Corporate Identity Mebel UD Gangsar Jati Tegal. Tugas Akhir.* Padang: Universitas Negeri Padang.

Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi V.

Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13* Jakarta : Erlangga.

Langdon, John. 1992. *Wordplay: Ambigrams and Reflections on the Art of Ambigrams*, Harcourt Brace.

Rustan, Suriyanto. 2009. *Mendesain logo.* Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.

Sanyoto, Sadjiman Ebd. 2010. *Nirmana : Elemen-Element Seni dan Desain.* Yogyakarta: Jalasutra.

Sholih, Khoirul Muhammmad. 2011. *Desain Komunikasi Visual sebagai Sarana Penunjang Promosi Pasar Klithikan Notoharjo Semanggi Tugas Akhir.* Surakarta: Universitas Sebelas Maret.

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

Sugiyono. 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.

2012. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta

Sumber Internet :

Abednego, Victor Adiluhung. 2018. “Visual Identity Vs Brand Identity”.
<https://binus.ac.id/malang/2018/12/visual-identity-vs-brand-identity/>. diakses 3 September, 2020 pukul 20.18.

Diedit.com. 2020. “ArtiWarna Coklat dan Kepribadian Penggemar Warna Coklat”. <https://www.diedit.com/arti-warna-coklat/>, diakses 2 Oktober, 2020 pukul 22.10.

Wenatra, Fandi. 2019. “Keterkaitan Inovasi Proses, Inovasi Produk, dan Kinerja Perusahaan pada Usaha Pusat Oleh-oleh Makanan Khas Sumatera Barat”, <http://scholar.unand.ac.id/42191/2/BAB%20I.pdf>, diakses 3 September, 2020 pukul 21.10.

Wikipedia. 2020. “Kota Padang Panjang”.
https://id.wikipedia.org/wiki/Kota_Padang_Panjang. diakses 2 Oktober, 2020 pukul 20.20.

Wikipedia. 2020. “Redesign”. <https://en.wiktionary.org/wiki/redesign>, diakses 2 Oktober, 2020 pukul 21.15.

Narasumber :

Nama	: Didi Afendi
Asal	: Andaleh, Batipuah, Kabupaten Tanah Datar, Sumatera Barat
Umur	: 42 Tahun
Jenis Kelamin	: Laki-Laki
Jabatan	: Owner Keripik Tempe Restu Ibu

