

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Adapun kesimpulan pada pembahasan tugas akhir mengenai perancangan redesain Logo Uchi Make Up and Henna Art adalah :

1. Perancangan redesain Logo memiliki tujuan untuk menampilkan citra atau image baru sebagai Uchi Wedding Organizer, mengenalkan identitas adana penambahan identitas perusahaan dan membuat ketertarikan dibenak konsumen dan memberikan kesan yang baik.
2. Perancangan redesain Logo ini menggunakan logogram dan *logotype*, dimana logogram diambil dari visual hewan yaitu angsa. Dimana angsa disimbolkan sebagai hewan terlihat mewah, tidak hanya itu angsa juga memiliki filosofi pernikahan yang melambangkan kebersamaan dan kesetiaan. Sedangkan *logotype* menggunakan *font* sans serif.
3. Tidak hanya sekedar merancang logo, penulis juga langsung mengaplikasikan logo yang baru ke media aplikasi seperti kartu nama, *ID Card*, kaos karyawan, stiker transportasi, signage, visual *feed* instagram, gantungan kunci, katalog, faktur, stempel dan motion bumper. Untuk memperkuat citra dari Uchi Wedding Organizer.

#### **B. Saran**

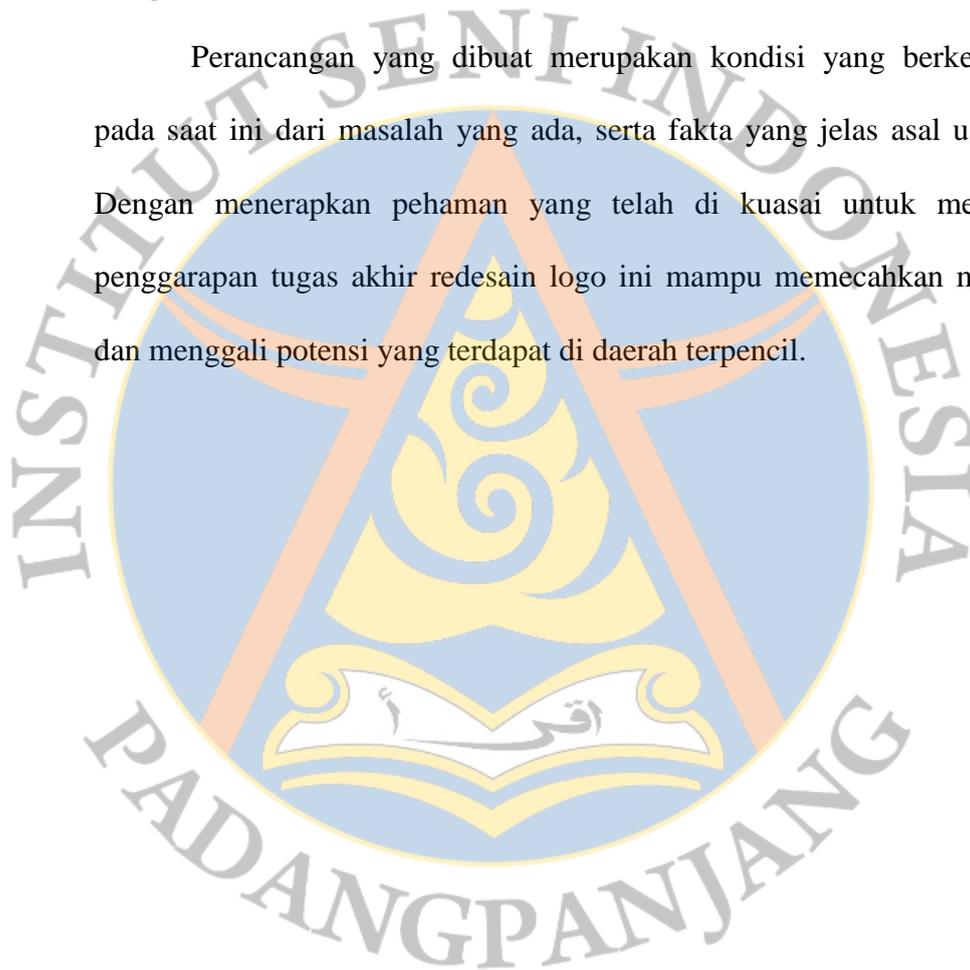
1. Bagi Pihak Pengelola

Diperlukannya media yang dapat memberdayakan usaha dan dapat dikenali dengan mudah oleh masyarakat, begitu pentingnya logo sebagai

identitas perusahaan karena yang pertama kali dilihat oleh konsumen merupakan image dari perusahaan itu sendiri. Dengan adanya identitas usaha sehingga mampu membuat konsumen mengingat perusahaan saat memakai jasa dari perusahaan tersebut.

## 2. Bagi Mahasiswa

Perancangan yang dibuat merupakan kondisi yang berkembang pada saat ini dari masalah yang ada, serta fakta yang jelas asal usulnya. Dengan menerapkan pehaman yang telah di kuasai untuk melakukan penggarapan tugas akhir redesain logo ini mampu memecahkan masalah dan menggali potensi yang terdapat di daerah terpencil.



## DAFTAR PUSTAKA

- Adam, S., Morioka, N., & Stone, T. 2004. *Logo Design Workbook: A Hands-On Guide To Creating Logos*. Amerika: Rockport
- Adityawan, Arief.2010.*Tinjauan Desain Grafis*. Jakarta: Concept Media.
- Arthur, Rane.2009.*Desain Grafis: Dari Mata Turun ke Hati*. Bandung: Penerbit Kelir
- Dameria, Anne.2007. *Basic Printing Panduan Dasar Cetak untuk Designer dan Industri Grafika*. Jakarta. Link Match Grafik
- Djaja, Martarina Hapsari.2012.*Perancangan Ulang (Redesign) Logo dan Corporate Identity System C.V. Himawan Jaya*. Skripsi. Fakultas Sastra dan Seni Rupa, Desain Komunikasi Visual, Universitas Sebelas Maret, Surakarta
- Depdiknas 2001. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*.Jakarta.Balai Pustaka
- Elviani, Sari.2020."Informasi tentang Perusahaan".*Hasil wawancara pribadi*:28 Juni 2020.Agam
- Fishe, Catharine.2013. *Logo Creed The Mystery Magic and Method Behind Designing Great Logos*.Amerika : Rockport
- Jefkins, Frank.1997. *Periklanan*. Jakarta: Erlanga
- Kartono, I 2014. Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan *make up* pada perempuan *emerging adulthood*. *Jurnal Imiah Psikologi*, 3 (1), 1-10
- Kusrianto, Adi.2007.*Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi
- Kindersley, Darling.2010. *Ensiklopedia Biologi Dunia Hewan*.Jakarta : Lentera Abadi
- Mulyawan, Dewi dan Neti Suriana.2013, *A-Z Tentang Kosmetik*.Jakarta. PT Elex Media Komputindo
- Murtono, Taufik.2019.*Eksperimen Tipografi*.Surakarta: Kekata Publisher.
- Pierce, Charles Sanders.1982. "Logic as Semiotics: The Theory Of Sign".  
Bloomington: Indiana University Press
- Rustan, Surianto.2017. *Medesain LOGO*.Jakarta: PT.Gramedia Pustaka
- Utama, Sugiyono.2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Afabeta

Supriyono, Rachmat.2010.*Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi

Suyanto, M. 2004. *Aplikasi Desain Grafis untuk Periklanan*. Yogyakarta: Andi

Tinarbuko, Sumbo.2009.*Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi

