

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Perancangan *Brand Activation Rometheme Studio* telah dilakukan oleh perancang. Proses ini dilakukan dari tahap pengumpulan data, studi kasus, analisis data, menemukan konsep visual dan verbal, perancang menemukan masalah yaitu perlunya dilakukan tahap pertama dalam aktifitas *brand activation* Rometheme Studio.

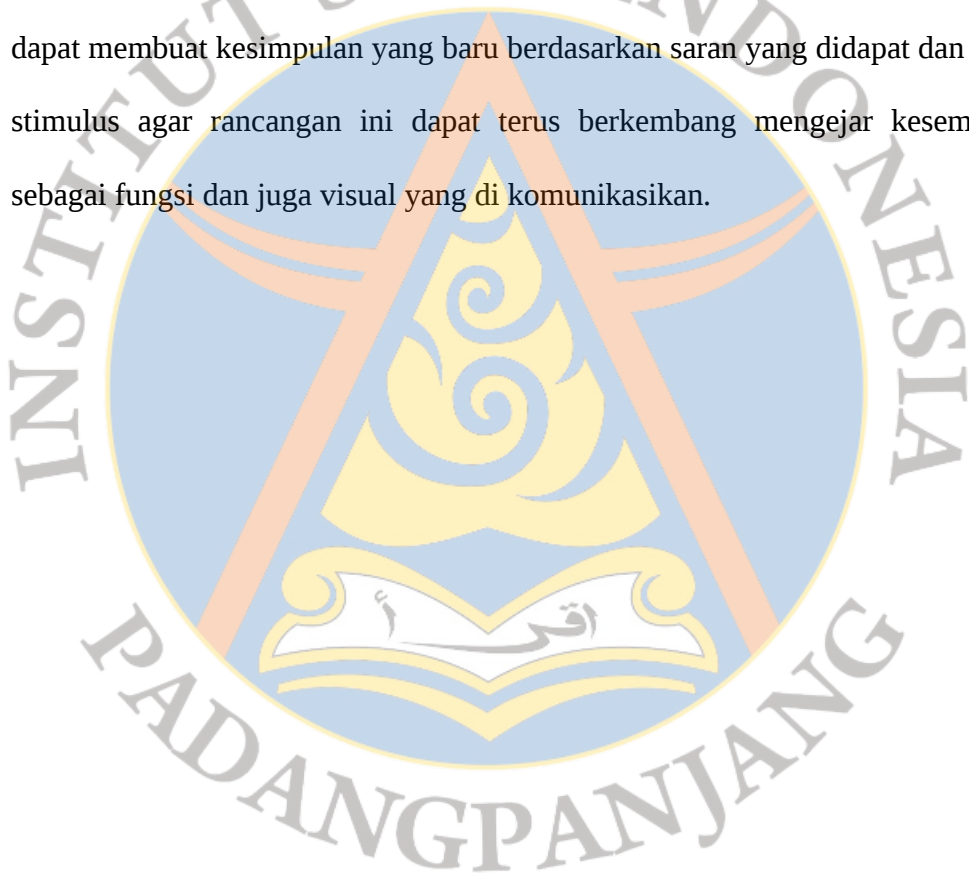
Dengan adanya *brand activation* ini maka sangat besar peluang untuk memperluas pasar dan mencapai tujuan seperti dapat mengkomunikasikan nilai perusahaan, nilai produk, dan tentunya dapat membangun rasa loyalitas kepada *brand* dan produk yang disediakan Rometheme Studio

B. Saran

Perancangan *Brand Activation* ini diharapkan menjadi salah satu referensi bagi perancang dalam membuat solusi dari permasalahan yang ada disekitar lingkaran *branding*, pemasaran, bahkan desain. Desainer diharuskan konsisten dalam menciptakan suatu garapan dari awal sampai selesai. Dalam Perancangan ini diharapkan mampu menjadi sumber referensi untuk melakukan *brand activation* selanjutnya. Karya *brand activation* sejenis diharapkan dapat selalu dilakukan agar

dapat terasa secara signifikan dalam penjualan, hubungan antara brand dan konsumen dan pembeda dengan kompetitor.

Perancang melibatkan beberapa pihak yang berkaitan dengan branding, pemasaran dan output seluruh bidang desain seperti videographer ataupun motion, 3D Modelling, dan lain lain. Dengan melibatkan beberapa pihak tersebut, perancang dapat membuat kesimpulan yang baru berdasarkan saran yang didapat dan menjadi stimulus agar rancangan ini dapat terus berkembang mengejar kesempurnaan sebagai fungsi dan juga visual yang di komunikasikan.



DAFTAR PUSTAKA

Abdullah saeed A, Alshahry et al.2015. *Market Orientation and Innovation: A Review of Literature*.

Agus Sachari dan Yan Yan Sunarya. 2002. *Sejarah Dan Perkembangan Desain Dan Dunia Kesenirupaan Di Indonesia*. Bandung: Institut Teknologi Bandung.

Ali Hasan. 2008. *Marketing*. Media Utama, Yogyakarta.

Alwi, Hasa. 2003. *Tata Bahasa Baku Bahasa Indonesia*. Jakarta : Balai Pustaka

Anggoro, Linggar. 2001. *Teori dan Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.

Arika, R., Soewardikoen, D. W.2014. *Brand Identity Design of The Bay Bali*. Jurnal Wimba.

Armstrong and Kotler. 2000. *Dasar-dasar Pemasaran Alih bahasa*: Jaka Wasana.

Cangara, Hafied. 2007. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajagrafindo

Cenadi, Christine Suharto. 1999. *Corporate Identity: Sejarah dan Aplikasinya*.

Makalah – Jurusan Desain Komunikasi Visual. Jakarta. Universitas Kristen Petra.

E. Sanyoto, Sadjiman.2010. *Nirmana “Elemen-Elemen Seni Rupa dan Desain”*
Yogyakarta: Jalasutra.

Gelder, S.V. 2005. *Global Brand Strategy*. London

Kosasih, E. 2017. *Buku Guru Bahasa Indonesia Edisi Revisi 2017*. Jakarta:

Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.

Kotler & Keller.2006. *Manajemen Pemasaran, Edisi 12 jilid 1*, Terjemahan. (Molan Benyamin). Indonesia: PT. Indeks.

Kotler, Philip. 2004. *Manajemen Pemasaran. Edisi Melinium*. PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta

Kotler, Philip.2008. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Alih bahasa Jaka Wasana. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip, Kevin Keller.2007 *Manajemen Pemasaran Jilid 1*

Kotler, Philip, Kevin Keller.2007 *Manajemen Pemasaran Jilid 2*

Kusrianto, Adi.2009. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi.

Kasali, Rhenald. 2003. *Manajemen Public Relations: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: PT. Pusaka Utama Grafiti.

Morel, C., Hay, A., Litaudon, M., Sévenet, T., Séraphin, D., Bruneton, J., and Pascal, R. 2002. *Thirteen New Xanthone Derivatives from Calophyllum Caledonicum*

Persada.Sendjaja, Sasa Djuarsa. 2004.*Teori Komunikasi*. Jakarta:Universitas Terbuka.

Rashid Saeed. 2015. *Hashim Zameer, Brand Activation: A Theoretical Perspective*.
Journal of Consumer Research.

Rustan, Surianto. 2009. *Mendesain Logo*. Jakarta: PT Gramedia. Pustaka Utama.

Rustan, Surianto. 2019. *Buku Warna*. Jakarta:PT Lintas Kreasi Imaji.

Rustan, Surianto. 2019. *Buku Warni*. Jakarta:PT Lintas Kreasi Imaji.

Sendjaja, S. Djuarsa.2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka

Sihombing, Danton. 2015. *Tipografi dalam Desain Grafis*. Jakarta:PT Gramedia

Pustaka Utama

Siswanto Sutojo. 2004. *Membangun Citra Perusahaan*. Jakarta: Damar Mulia.

Pustaka.

Wheeler, A. 2011. *Brand Atlas : Branding intelligence made visible*. Chicago

