

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Kane House merupakan UMKM baru yang menawarkan produk minuman dan makanan ringan dan menasar target *audience* anak muda sehingga perancangan logo dan konten Instagram yang tepat akan mampu menarik minat *audience* dan membuat UMKM mampu bersaing di pasaran. Dengan merancang desain logo gaya Mascots akan memunculkan image “*youth spirit*” dimana hal itu sesuai dengan target audience Kane House. Selain itu pemanfaatan media sosial Instagram untuk membuat konten sangat membantu untuk lebih menjangkau target *audience* yang sesuai sehingga mampu menambah penjualan.

Perancangan logo baru bagi Kane House “Food and Drink” ini nantinya mampu menjadi angin segar dalam memulai usaha sehingga lebih dilirik oleh *audience* dan keberlangsungan UMKM dapat bertahan lama.

#### **B. Saran**

Adapun saran yang ingin penulis sampaikan bagi penelitian selanjutnya yaitu:

1. Mengkaji lebih banyak sumber maupun referensi yang terkait dengan penelitian agar kedepannya hasil penelitian lebih baik.
2. Lebih mempersiapkan diri dalam proses penelitian ataupun perancangan.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan ditunjang pula dengan wawancara terhadap sumber yang berkompeten dibidangnya sehingga informasi yang didapat akan berkualitas.

## DAFTAR PUSTAKA

Hanindharputri, Made Arini., & A.A. Pradnyanita, Sagung Intan. 2018. "ELEMEN VISUAL SEBAGAI PEMBENTUK KEKUATAN LOGO". Bali: SENADA.

Yudianita, Tiara., Bangun, Dwi Agnes N., & MRR. Maheni, Tyas. 2020. "PERANCANGAN VISUAL BRAND IDENTITY UMKM BOLU UMMI". *Journal Printing and Packaging Technology* Vol. 1.

Valentino, Dion Eko. 2018. "PERANCANGAN LOGO BRAND IDENTITY SANDPIPER SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN BRAND". *TEMATIK – Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi* Vol. 5, No. 2.

Kasmana, Kankan. 2010. "Tren Gaya Visual Logo Dan Pengaruhnya Terhadap Keabadian Penggunaan". *VISUALITA* Vol. 2, No. 1.

Rustan, Suriyanto. 2013. "Mendesain Logo". Gramedia Pustaka Utama.

Hananto, Brian Alvin. 2019. "PERANCANGAN LOGO DAN IDENTITAS VISUAL UNTUK KOTA BOGOR". *Jurnal Titik Imaji* Vol. 2, No. 1.

Wirawan, Deny., Pratiwi, Peni., Utami, Birmanti Setia. 2019. "PERANCANGAN BRAND IDENTITY BAND COOL AND THE GANG". *Jurnal Imajinasi* Vol. XIII, No. 1.

Prawita, Riztama., Swasty, Wirania., Aditia, Patra."MEMBANGUN IDENTITAS VISUAL UNTUK MEDIA PROMOSI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH". Fakultas Industri Kreatif – Univ. Telkom.

Prajarini, Dian. "Materi Kuliah: Media Sosial Periklanan". STSRD VISI Indonesia

Monica., Luzar, Christina Laura. "PERANCANGAN LOGO DALAM DUNIA DESAIN". Binus University.

Supriyono, R. 2010. “Desain Komunikasi Visual – Teori dan Aplikasi”. Yogyakarta: Andi Offset

Monica., Luzar, Christina Laura. “PERANAN KOMUNIKASI VISUAL BAGI IDENTITAS PERUSAHAAN”. Binus University.

Meilani. “Teori Warna: Penerapan Lingkaran Warna dalam Berbusana”. Binus University.

Thabroni, Gamal. 2019. “Desain Kominaksi Visual (DKV): Penjelasan Lengkap”. <https://serupa.id/desain-komunikasi-visual-dkv-penjelasan-lengkap/>, diakses pada 25 Oktober 2021.

Mekari. “Branding: Unsur, Jenis, Tujuan, dan Manfaatnya yang Harus Anda Ketahui”. Jurnal Entrepreneur. <https://www.jurnal.id/id/blog/unsur-jenis-tujuan-dan-manfaat-branding/>, diakses pada 26 Oktober 2021.

Riyadi, Hermawan. 2019. “Pengertian Instagram Beserta Sejarah dan Fungsi Instagram yang Wajib Diketahui Pengguna Internet”. Nesaba Media. <https://www.nesabamedia.com/pengertian-instagram/>, diakses pada 1 November 2021.

Bungkul. “Logotype, Logomark, dan Logogram: Apa Bedanya?”. <https://bungkul.com/perbedaan-logotype-logomark-dan-logogram/>, diakses pada 6 November 2021.

Riadi, Muchlisin. 2020. “Copywriting (Pengertian, Tujuan, Peran, Unsur, Gaya, dan Elemen)”. <https://www.kajianpustaka.com/2020/09/copywriting-dan-copywriter.html>, diakses pada 12 November 2021.

NSF. “Teori Warna Brewster, Pengertian dan Kelompok Warnanya”. <https://kumparan.com/berita-unik/teori-warna-brewster-pengertian-dankelompok-warnanya-1w2yDS6kGYJ>, diakses pada 21 November 2021.

Thaborini, Gamal. 2019. “Tipografi: Pengertian, Parameter, Prinsip, & Penjelasan Lengkap”. <https://serupa.id/tipografi/>, diakses pada 2 Desember 2021.

# LAMPIRAN



F.STSRD VISI/B.5

SEKOLAH TINGGI SENI RUPA DAN DESAIN VISI INDONESIA

LEMBAR KONSULTASI  
BIMBINGAN SKRIPSI S1  
PRODI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

NAMA : Muhammad Hanif Faisal Zain NIM : 11191100  
SEMESTER : 11 TAHUN AKADEMIK : 2021/2022  
JUDUL SKRIPSI: PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL DAN MEDIA PROMOSI KANE HOUSE  
PEMBIMBING : Dian Prajarini, S.T, M.Eng

TANGGAL	KOREKSI	SARAN	PARAF PEMBIMBING
8 – 10 - 2021	Zoom meeting	Mengganti perancangan	
15 – 10 – 2021	Konsultasi judul perancangan baru	Memperbaiki penulisan	
28 – 10 – 2021	Konsultasi BAB I & II	Memperbaiki penulisan	
5 – 11 – 2021	Konsultasi BAB I, II, III	Memperbaiki penulisan	
11 – 11 – 2021	Pembahasan BAB III	Lanjut	
23 – 11 – 2021	Pembahasan konsep desain	Lanjut	
10 – 12 – 2021	Konsul desain	Tambahan untuk yang media promosi	
20 – 12 – 2021	Konsul desain	Tambahan untuk story Instagram	
5 – 1 – 2022	Konsultasi BAB I, II, III, IV, V	perbaiki foto produk, perbaiki saran	
10 – 1 – 2022	Final perancangan	Pengesahan	
	ACC. Sidang		

Ketua Jurusan :

Pembimbing,

( Dwisanto Sayogo, M.Ds)

(Dian Prajarini, S.T, M.Eng)

