

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan apa yang telah sudah dilakukan dalam penciptaan tugas akhir yang berjudul “Perancangan Visual Branding *Clothing Line Brand* Andalas”. Ide dalam tugas akhir ini berawal dari ketertarikan penulis untuk mengangkat tema kebudayaan yang ada di Indonesia khususnya di Sumatera Utara suku Batak Toba. *Brand* Andalas akan mengolah kebudayaan batak toba seperti danau toba, tari tortor, cicak, dan ulos menjadi karakter dengan *style* yang menyesuaikan *trend clothing* yang sedang marak saat ini.

Ketertarikan tersebut menjadi sebuah keinginan untuk membuat karya *clothing line* yang berbeda dengan yang lainnya. Penciptaan karya ini juga bertujuan untuk mengangkat *brand* lokal dengan tema budaya. Penciptaan karya ini juga mengacu pada landasan teori *brand*, *brand awareness*, *positioning*, produk dan promosi untuk bertujuan sebagai landasan dasar dalam merancang komunikasi visual branding dengan baik.

Karya *brand* Andalas yang diciptakan berupa karya *clothing line* yang difokuskan pada kebudayaan lokal. Penciptaan ini memiliki konsep yang menampilkan kaos, jaket, *totebag*, kaos kaki, dan *sticker pack* yang semuanya memiliki karakter Batak Toba. Pemilihan budaya lokal sebagai karakter merupakan doktrin agar masyarakat bisa lebih mengingat budaya budaya di Indonesia.

Dalam mewujudkan karya *brand* Andalas memilih Teknik yang dipakai dengan mencetak *digital printing*. Pemilihan *digital printing* agar memudahkan dan mempercepat proses produksi. Secara keseluruhan, di setiap unsur yang dihadirkan dalam *brand* Andalas sudah memenuhi nilai-nilai yang ada pada landasan teori.

B. Saran

Berdasarkan proses penciptaan karya yang telah dilakukan terutama pada saat produksi dan *branding* dalam membuat *clothing line*. Sebaiknya, memastikan kondisi lingkungan sekitar, hal tersebut bertujuan agar tidak ada kendala dalam proses produksi dan melakukan *visual branding*. Selain itu, dalam proses pencarian ide akan lebih mudah dalam mengerjakan apabila mencari topik yang benar-benar disukai dan dekat dengan *insight* masyarakat. Jadi jika ada perancangan serupa selanjutnya disarankan mampu mencari alternatif dalam proses *branding* apabila konsep yang dibuat berbeda dengan standar *clothing* yang ada dipasaran. Namun, secara keseluruhan dengan waktu yang dirasa cukup optimal dalam menyajikan hasil akhir karya maupun laporan tertulis ini.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Binanto, I. (2010). *Multimedia Digital Dasar Teori dan Pengembangannya*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Gitosudarmo, I. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- Komarrudin (1999) *Azas- Azas Manajemen Produksi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, P. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, K. &. (2010). *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran: Jilid 1. Edisi Milenium*. Jakarta: Prehallindo.
- Kusrianto, A. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Krasovec, M. K. (2006). *Desain Kemasan*. Jakarta: Erlangga
- Lou, M. K. (2007). *The Power of Packaging, The Customer Equity Company*.
- Noble. (1999). *Development In Marketing Science Vol-22*. Florida.
- Irawan, Dedy. 2016. *Teknik Sinematografi Dalam Menggambarkan Pesan Optimisme Melalui Film Tenggelamnya Kapal Ven Der Wijk*. Yogyakarta.
- Haubl & Trifts. (2000). *Consumer decision making in online shopping environments- the effects of interactive decision aids*. Marketing Science.
- Rustan, S. (2009). *Mendesain Logo*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2004). *The Power of Brand*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sutisno. (1993). *Pedoman Praktisi Penulisan Skenario Televisi Dan Video*. Jakarta.
- Schiffman, L.G., Kamuk, L.L. (2008). *Perilaku Konsumen Edisi Ketujuh*. Jakarta: PT. Indeks
- Simamora, B. (2001). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Proitable Edisi Pertama*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Simamora, B. (2007). *Panduan Riset dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Simamora, S. (2000). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Swastha, B. (1999). *Manajemen Pemasaran Modern Edisi 2*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, F. (1997). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2002). *Strategi Pemasaran Edisi Kedua*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2011). *Strategi Pemasaran Edisi Ketiga*. Yogyakarta: Andi Offset.

Web

Andina, Y. (2020, Maret 11). *Graphic Standard Manual*. Retrieved Juli 3, 2020, from kreativv.com: <https://kreativv.com/creativepreneur-career/graphic-standard-manual/>

Bangsa, G. (2015, Januari 23). *Brand dan Logo*. Retrieved Juni 23, 2020, from Wordpress.com: <https://gogorbangsa.wordpress.com/>

Maxs5963. (2020, Febuari 12). *Pengertian dan Fungsi Hangtag*. Retrieved Juni 20, 2020, from Maxipro.co.id: <https://maxipro.co.id/pengertian-dan-fungsi-hangtag-maxipro/>

<https://sumutpos.co/bk-ethnic-belajar-tradisi-lewat-kaos//>

<http://literacycoffee.blogspot.com/2014/12/bk-ethnic-mulak-tu-bonapasogit-2.html>

<https://www.kompasiana.com/rullyqpro/551823cf8133115a669deef4/sejarah-batak-dalam-t-shirt>

<https://www.blogernas.com/2016/07/pengertian-hue-value-dan-chrom-warna.html>

<https://www.beritasatu.com/archive/116947/globalisasi-tantangan-terbesar-masyarakat-batak>



LAMPIRAN I LAPORAN LEMBAR KONSULTASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA

FAKULTAS SENI RUPA

Jalan Parangtritis Km. 6,5 Yogyakarta 55001. Telepon (0274) 381590

Laman: www.fsr.isi.ac.id

LEMBAR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR PENGKAJIAN DAN PENCIPTAAN KARYA SENI

Tanggal	Koreksi/Saran/Perubahan	Tanda Tangan Pembimbing		Tanda Tangan Mahasiswa
		I	II	
17/9/12	menyebut media utama menjadi video Teaser bukan produk kaos			
20/9/12	mengubah storyboard, Simulasi adegan pada landasan adegan dan bar III. Selama adegan Pengantar			
21/9/12	Pembuatan produk t-shirt pada video teaser yang sudah di produksi			
25/9/12	perbaikan pada penyusunan masalah mengubah media utama dan Panduan			
27/9/12	opsional pada latar belakang dan swat di background logo			

Ketua Program Studi
DKV FSR ISI Yogyakarta

Daru Unggul Aji, S.S., M.A.
NIP 19870103 201504 1 002



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
 INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
 FAKULTAS SENI RUPA
 Jalan Parangtritis Km. 6,5 Yogyakarta 55001, Telepon (0274) 381590
 Laman: www.fsr.isi.ac.id

LEMBAR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR
 PENGKAJIAN DAN PENCIPTAAN KARYA SENI

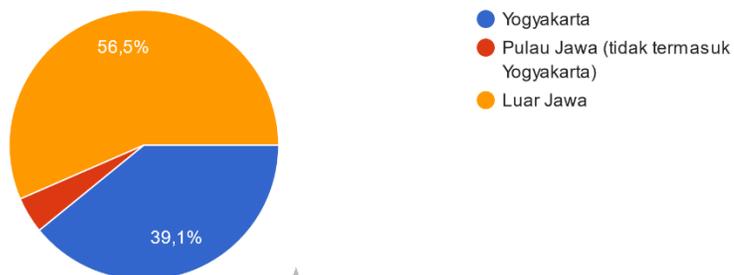
Tanggal	Koreksi/Saran/Perubahan	Tanda Tangan Pembimbing		Tanda Tangan Mahasiswa
		I	II	
17/9/12	menyebut media utama merjace video teaser bukan produk kaos			
20/9/12	membuat storyboard, Simulasi pada landasan teori dan bal III selain acuan pengkayaan			
21/9/12	Pengambilan produk t-shirt pada video teaser yang sudah di produksi			
25/9/12	perbaikan pada revisi masalah mengubah media utama dan pandukung			
27/9/12	opsional pada latar belakang dan swot di bagian logo			

Ketua Program Studi
 DKV FSR ISI Yogyakarta

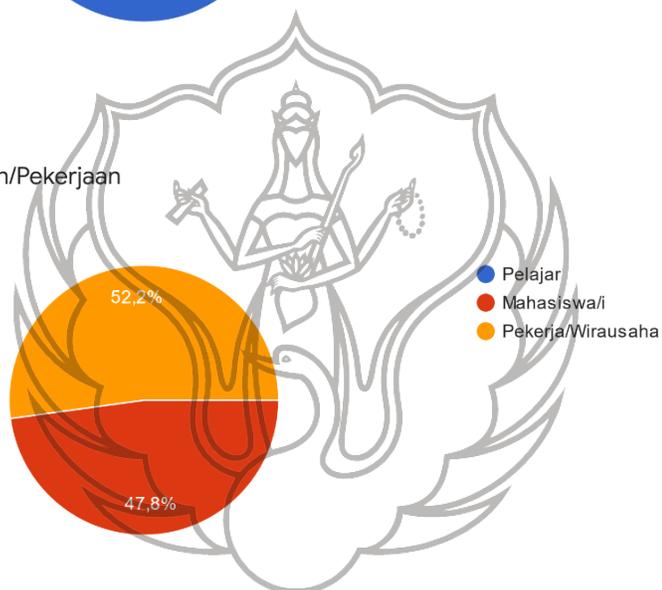
Danunggul Aji, S.S., M.A.
 NIP 19870103 201504 1 002

LAMPIRAN II KUESIONER

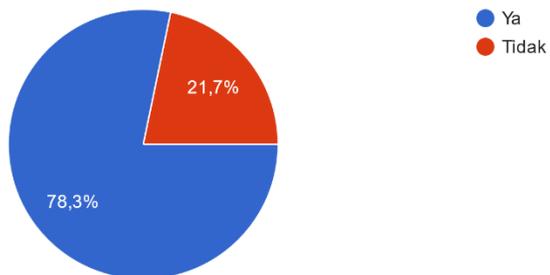
Domisili
23 jawaban



Status Pendidikan/Pekerjaan
23 jawaban

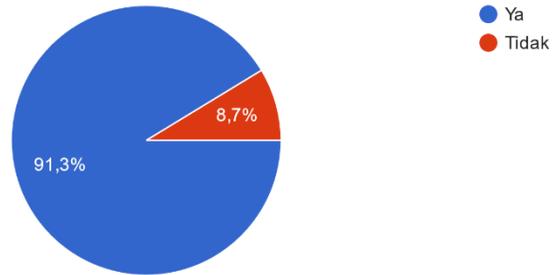


Apakah anda tahu Suku Batak Toba?
23 jawaban



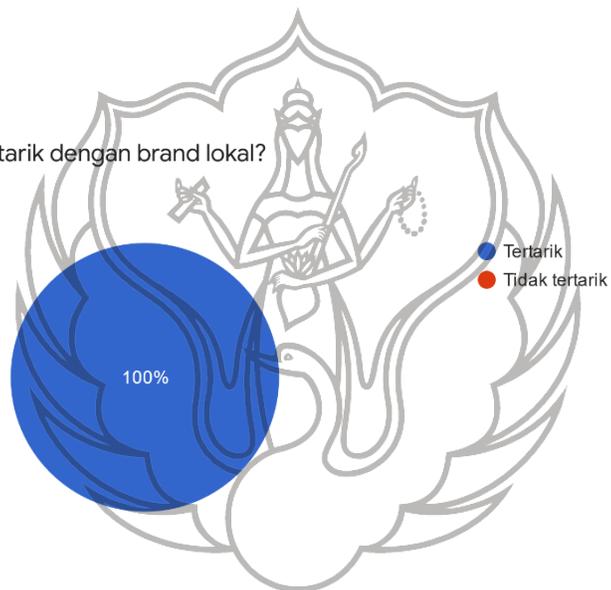
Apakah anda dapat merasa bangga dengan budaya sendiri sebagai identitas diri sendiri ?

23 jawaban



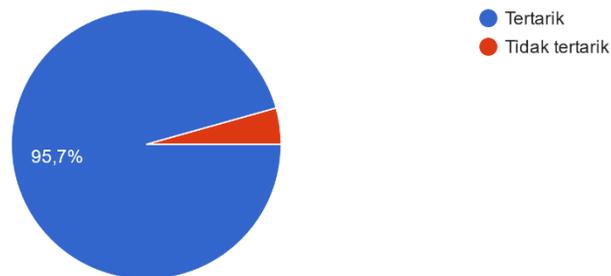
Apakah anda tertarik dengan brand lokal?

23 jawaban



Apakah anda tertarik dengan brand yang mengangkat tema budaya?

23 jawaban



LAMPIRAN III DOKUMENTASI



