

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Seiring dengan perkembangan ekonomi global, ketatnya persaingan dengan kompetitor dan mempertahankan citra perusahaan, menjadikan media promosi baru yang kuat serta cakupannya yang lebih luas, sangatlah diperlukan. Internet sebagai gerbang segala informasi global masa kini, adalah pilihan yang tepat. Direction sebagai sebuah perusahaan *clothing* dengan distribusi yang luas, sudah semestinya membangun sebuah website yang mampu memberikan informasi dan pelayanan sehingga mampu menjadi media promosi *frontline* perusahaan sekaligus sebagai wadah komunikasi antar konsumen ataupun komunitas yang tergabung didalamnya, dengan desain yang artistik sesuai dengan konsep perusahaan.

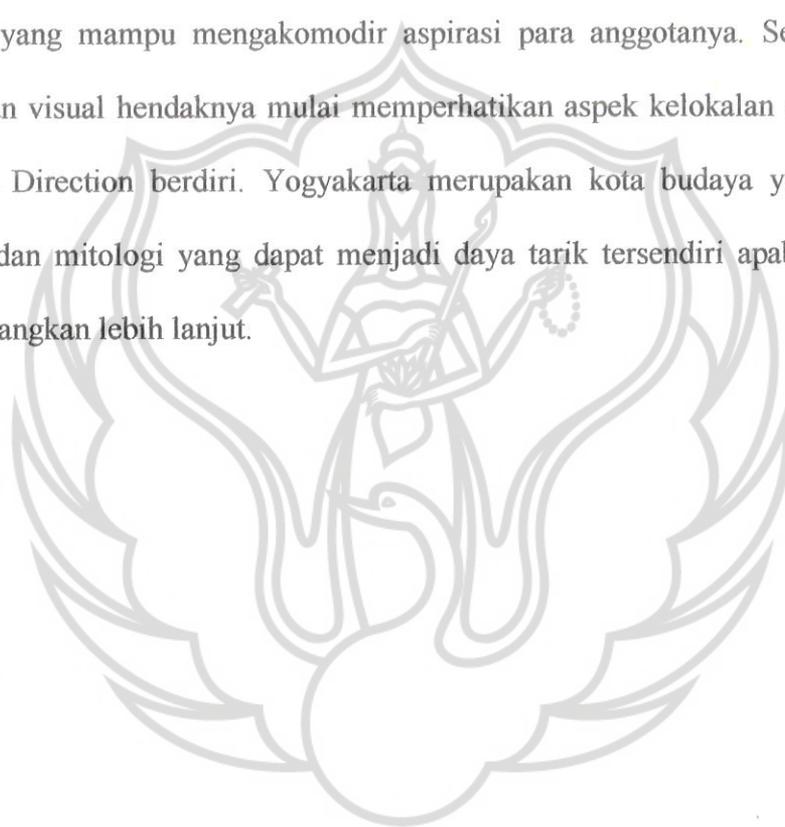
Konsep Desain Direction mengakar dari manifestasi gaya lama seperti Dadaisme, Popart, Street Art, dan Posmo. Fenomena distro, *clothing* di Indonesia saat ini merupakan salah satu contohnya. Berangkat dari komunitas indie yang menjadi antitesis industri konvensional, distro dan *clothing* menyuguhkan idealismenya tersendiri. Desain grafis menjadi alat visual dalam mencitrakan identitas komunitasnya. Desain yang unik dan berbeda menjadi komoditas pemasaran dalam aplikasi semua produk dan promosinya. Hal inilah yang menjadi



dasar dalam perancangan web Direction Clothing. Dengan desain yang sesuai dengan ciri direction, maka hasil perancangan mampu mengkomunikasikan visi misi perusahaan kepada target audience dan masyarakat pada umumnya.

B. Saran

Dalam kapasitasnya sebagai perusahaan *clothing* yang mempunyai pangsa pasar luas, hendaknya Direction lebih memperhatikan aspek-aspek penunjang pasar yaitu komunitas yang selama ini menjadi basis kekuatannya. Harus ada semacam forum virtual yang mampu mengakomodir aspirasi para anggotanya. Selain itu dalam kekuatan visual hendaknya mulai memperhatikan aspek kelokalan dan originalitas dimana Direction berdiri. Yogyakarta merupakan kota budaya yang kaya akan tradisi dan mitologi yang dapat menjadi daya tarik tersendiri apabila diteliti dan dikembangkan lebih lanjut.



DAFTAR PUSTAKA

1. Hornby, A. S, Parnell, E. C, *Kamus Besar Inggris-Indonesia*, Oxford University Press, 1977.
2. Iskandar, H, Gustaf, *Distro Phenomenon*, Trolley Magazine, Bandung, Maret-April 2001.
3. Jefkins, Frank, *Periklanan*, Edisi 3, Erlangga, Jakarta, 1996.
4. Murray, Peter and Linda, *Dictionary of Art and Artists*, Penguin Group, 1991.
5. Sanyoto, Sadjiman Ebd, Drs. *Dasar-Dasar Tata Rupa dan Disain*, Yogyakarta, Arti Bumi Intaran, 2005.
6. Sadsonic Labs Management, *Street School Forum*, Pikiran Rakyat, Bandung, 28 Maret 2006.
7. Sihombing, Danton, MFA., *Tipografi dalam Desain Grafis*, ed. Wagiono Sunarto, MSc. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001.
8. Suyanto, M, *Analisis dan Disain Aplikasi Multimedia untuk Pemasaran*, Penerbit Andi, Yogyakarta, 2004.
9. Suyanto, M, *Multimedia Alat Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing*, Penerbit Andi, Yogyakarta, 2003.

Sumber internet :

1. Andrey Andoko, *Kompas Cyber media*. <http://www.kcb.com>
(3 November 2006)
2. Ardhosting, *pricelist*, <http://www.ardhosting.com/pricelist.htm>
(20 Desember 2006).
3. Bernas Online, <http://www.bernas.co.id/index.php?group=cyberteent&id>
(10 Desember 2006).
4. Freddy H. Istanto, *Potensi Dan Kaidah Perancangan Situs-Web Sebagai Media Komunikasi Visual*, <http://puslit.petra.ac.id/journals/design/>
(8 Desember 2006).
5. Godote Praesta, *Godote Forum*,
<http://www.godote.com/forum/login/danans.asp> (3 November 2006).
6. UKM, <http://www.ukm.id/software/fileweb.html> (28 November 2006).
7. Wikipedia, <http://en.wikipedia.org> (12 November 2006).