

## **BAB V PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan proses perancangan visual corporate identity PT Sydeco, kita telah mempelajari bagaimana merancang identitas visual suatu perusahaan yang berkarakter kuat dan memiliki daya memorable tinggi. Logo baru dari PT Sydeco mencerminkan karakter perusahaan yang bergerak di bidang teknologi informasi, dengan menggunakan logogram yang diadopsi dari motif batik khas Yogyakarta Parang Rusak Barong, membangun sebuah ciri khas tersendiri dari PT Sydeco yang didirikan di kota Yogyakarta. Meskipun mengadopsi bentuk motif batik Parang Rusak Barong yang merupakan batik tradisional khas Yogyakarta, logo PT Sydeco tetap terkesan futuristic sebagaimana mestinya karakter perusahaan teknologi informasi modern yang ditimbulkan oleh typeface “Sydeco” pada logo tersebut.

### **B. Saran**

Demi membangun suatu karakter perusahaan yang kuat, dalam artian mampu mewakili filosofi, visi dan misi perusahaan, diperlukan *corporate identity* yang konsisten, identitas inilah yang akan dikenal oleh konsumen, memperkuat image PT Sydeco yang membedakannya dengan perusahaan teknologi informasi lainnya. Dengan perancangan *visual corporate identity* baru yang disertai buku panduan penggunaan logo, diharapkan konsistensi identitas visual PT Sydeco dapat tercipta dengan baik, serta menampilkan *image* perusahaan yang lebih *fresh* dari sebelumnya.

## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku:

- Healey, Matthew. 2010. *Deconstructing Logo*. Switzerland: Roto Vision SA
- Musman, Asti, & Ambar B. Arini. 2011. *Batik, Warisan Adiluhung Nusantara*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Palupi, Dyah Hasto, & Teguh Sri Pambudi. 2006. *Advertising That Sells*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Permana, Irvan. 2012. *Brand Is Like A Donut*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer
- Rustan, Suriyanto. 2008/2009. *Layout, Dasar & Penerapannya*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Rustan, Suriyanto. 2009. *Mendesain Logo*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Sanyoto, Sadjiman Ebd. 2009. *Nirmana, Dasar-Dasar Seni dan Desain*. Yogyakarta: Jalasutra
- Sutiono, Rudy Jusup. 2009. *Visual Merchandising Attraction*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

### B. Laman

- Becakmabur. 2011. Merek dan Manfaatnya, <http://www.becakmabur.com/merek-dan-manfaatnya/> (diakses 13 September 2014)
- Becakmabur. 2012. Corporate Identity menjadikan Branding Lebih Kuat, <http://www.becakmabur.com/corporate-identity-menjadikan-branding-lebih-kuat/> (diakses 14 September 2014)
- <https://shuniyyaruhama.wordpress.com/batik-lawasan-cap-tulis/> (diakses 21 September 2014)
- <http://desainlogodesign.com/paket-design-corporate-identity/fungsi-pentingnya-corporate-identity-bagi-perusahaan> (diakses 21 September 2014)
- <http://artikelterkait.com/pengertian-teknologi-informasi-dan-sistem-informasi.html> (diakses 21 September 2014)