

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Perancangan Tugas Akhir Desain Komunikasi Visual berupa perancangan *branding* cemilan tradisional dibutuhkan beberapa referensi dari beberapa rancangan visual cemilan tradisional lainnya. Hal ini dapat menambah wawasan bagi perancang untuk mengetahui bagaimana cara mengenalkan kembali cemilan tradisional yang jarang kita temukan di pasaran dengan visual yang menarik. Agar masyarakat pada saat ini sadar akan menjaga kebudayaan makanan maupun cemilan tradisional supaya tidak hilang karena banyaknya makanan import di pasaran.

5.2 Saran

1. Berharap mahasiswa Desain Komunikasi Visual lebih membuat karya yang dapat membantu dan menyadarkan masyarakat akan kekayaan budaya Indonesia.
2. Dapat lebih memperhatikan prinsip dan elemen-elemen dalam desain yang tidak hanya semata-mata terlihat secara visual, namun juga dapat dipertanggungjawabkan secara materi desain dan penyusunannya.
3. Dapat membantu dan memberi pengaruh terhadap masyarakat maupun produsen lokal untuk mengembangkan bakat yang mereka punya untuk membangun daerahnya masing-masing agar lebih maju.

Daftar Pustaka

1. Berikut adalah *website* yang membahas tentang perjalanan bisnis keripik yang bermerk “RASALOKAL”:

Perjalanan Kami. (n.d.). Retrieved from Rasalokal: rasalokal.id

2. Berikut adalah *website* yang menjelaskan tentang berdirinya bisnis harum manis yang diberi nama “Snazzy Boom”:

Angkawijaya, R. (n.d.). *Tentang Snazzy Boom*. Retrieved from Snazzy Boom: <https://snazzyboom.com>

3. Berikut adalah buku yang menjelaskan tentang kehebatan logo sebagai ujung tombak perusahaan dan *branding* dalam perusahaan yang ditulis oleh AB Susanto dan Himawan Wijarnako:

Wijarnako, A. S. (2004). *POWER BRANDING*. Jakarta Selatan: PT. Mizan Publika.

4. Berikut adalah *website* yang menjelaskan tentang *branding* termasuk fungsi dan tujuannya:

Brian, R. (n.d.). *Apa itu Branding, Unsur, Tujuan, dan Fungsinya*. Retrieved from Maxmanroe.com: <https://www.maxmanroe.com/pengertian-branding.html>

5. Berikut ini adalah buku tentang pelajaran *branding* yang ditulis oleh Scott Stratten & Alison Stratten:

Scott Stratten, A. S. (2018). *UNBRANDING*. Hoboken, New Jersey: Jhon Wiley & Sons, Inc.

6. Berikut adalah *website* yang menjadi referensi penulisan Analisa Pasar:

Roque, C. (2018, Februari 27). *Bagaimana Menentukan Target Audiens (Untuk Rencana Pemasaran Anda)*. Retrieved from envatotuts plus: <https://business.tutsplus.com/id/tutorials/define-a-target-audience--cms-29368>