

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan pembahasan dari bab-bab sebelumnya dan mengacu pada rumusan masalah, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

LX Sticker menggunakan media *Car Branding* dalam melakukan promosi usahanya karena *Car Branding* mempunyai beberapa keunggulan dibandingkan dengan media promosi yang lain. Keunggulan *Car Branding* dibanding dengan media lainnya yaitu tidak memerlukan pengurusan ijin periklanan, biaya terjangkau, dan dapat dilihat oleh semua orang, karena media ini terpasang di kendaraan yang setiap hari digunakan untuk transportasi.

Berdasarkan analisis unsur dan prinsip desain yang terdapat dalam desain *Car Branding* dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Layout yang digunakan dalam desain ini adalah *Sircus Layout*. *Sircus Layout* adalah penyajian iklan yang tata letaknya tidak mengacu pada ketentuan baku. Elemen layout yang terdapat dalam desain tersebut meliputi: *headline* (judul), *subheadline*, *deck (blurb)*, *signature (mandatories)*, *artwork* (ilustrasi). Semua elemen disajikan dalam satu kesatuan desain yang bertujuan untuk mengenalkan *LX Sticker* kepada masyarakat dengan menonjolkan logo sebagai identitas utamanya.
2. Tipografi yang digunakan dalam desain ada beberapa jenis font yang digunakan yaitu: *ventography personal*, *mekar script*, dan *impact*.

Ketiga font yang digunakan mewakili sifat yang dimiliki oleh *LX Sticker* yaitu modernisme, mudah dibaca serta menunjukkan sisi kreatif. Sifat-sifat itulah yang ingin disampaikan kepada konsumen melalui *tipografi* yang dipilih.

3. Ilustrasi yang digunakan dalam desain menggunakan ilustrasi berupa *vector art* yang terdiri dari ilustrasi *vector* otomotif, dan ilustrasi *vector* abstrak yang bertujuan untuk menunjukkan contoh karya yang biasa dihasilkan oleh *LX Sticker* berupa karya di bidang otomotif dengan desain yang terlihat abstrak tetapi memiliki tema yang jelas.
4. Warna yang digunakan yaitu warna putih, kuning, merah, oranye, biru, ungu, dan hitam. Beberapa warna ada yang disatukan dalam sebuah gradasi yang merepresentasikan *LX Sticker* memiliki semangat keberanian dan gairah untuk menciptakan karya-karya yang kreatif dan optimis dapat memuaskan konsumen sehingga dapat kepercayaan dari konsumen.

B. Saran

Desain dari *Car Branding LX Sticker* cukup baik untuk menyampaikan pesan dari *LX Sticker* kepada para konsumennya, karena sesuai dengan bidang usaha yang ingin dikenalkan kepada masyarakat, akan tetapi ada beberapa yang masih kurang dalam desain tersebut, seperti penggunaan background abstrak yang terlalu rumit, lebih baik diganti dengan background yang lebih simple. Arah baca untuk teks juga terlalu membingungkan untuk bisa dipahami dalam waktu singkat, saran untuk desain yang akan dibuat selanjutnya lebih diperhatikan arah baca teksnya, agar para konsumen dapat memahami apa yang ingin disampaikan dengan sekali membaca saja desainnya.

Saran yang terakhir yaitu diharapkan *LX Sticker* membuka peluang untuk dilakukan penelitian lagi dikemudian hari, baik penelitian dalam kajian desain atau yang lain.