

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Produk fesyen Indonesia memang patut dibanggakan karena memiliki identitas etnik dan keunikan tersendiri. Melalui ilmu Desain Komunikasi Visual, perancangan *branding* Vrouw yang merupakan pengembangan dari produk fesyen Kraviti merupakan ide kreatif untuk lebih mengenalkan keunikan produk fesyen Indonesia ke masyarakat luas. Menggunakan perpaduan gaya modern dan etnik Indonesia yang memberikan kesan dewasa muda yang feminin, tegas, dan modern pada *brand* Vrouw.

5.2 Saran

Saya sangat terbuka untuk saran dan masukan dari para dosen penguji demi kemajuan Tugas Akhir ini. Berikut saran-saran yang dikemukakan oleh dosen penguji;

- 1) Warna ungu pada logo lebih nyaman dilihat bila diubah sedikit lebih terang atau diubah dengan warna yang lebih cerah, seperti magenta atau warna-warna yang cenderung lebih ke merah.
- 2) Bagian leher model pada katalog buku maupun katalog lipat terlihat berlipat-lipat (berkerut) sehingga memberikan kesan kurang enak dilihat oleh mata. Tampilan model juga perlu lebih di ekspos/ditonjolkan.
- 3) Keterangan pada katalog buku masih kurang lengkap.
- 4) Motif-motif *patchwork* pada katalog buku terlalu di-zoom, sehingga kurang terlihat bagian keseluruhannya.
- 5) Motif pada *packaging* sedikit gelap.
- 6) Desain pada *website* kurang berwarna, terlalu bersih. Diharapkan memasukkan ciri dan unsur *patchworknya* ke beberapa halaman.

- 7) Halaman kosong pada buku GSM seharusnya masih bisa diisi oleh gambar media. Huruf pada buku juga harap dikecilkan agar lebih nyaman dilihat, serta ukuran *font* juga ada yang berbeda satu sama lain.