

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Proses pembuatan desain media promosi pada Karya Kreatif ini harus memadukan sentuhan *Cute Culture* Jepang atau *Kawaii* dengan desain grafis populer Jepang. Tujuan dari pengkombinasian dua hal tersebut adalah untuk menciptakan karya desain komunikasi visual yang tidak semata-mata memiliki sisi estetik dan informatif, namun juga memikat bagi sasaran Hymbi Nihon Press, yakni konsumen Indonesia dan konsumen Jepang.

*Cute Culture* yang diadaptasi oleh desainer merupakan ilustrasi yang sering digunakan di Jepang, baik dalam karya-karya tradisional maupun karya moderen. Budaya populer inilah yang kemudian dikombinasikan dengan desain grafis populer Jepang yang juga memiliki corak yang sangat khas. Unsur-unsur khas Jepang inilah yang menjadi kunci untuk menciptakan *image* yang kuat bagi Hymbi Nihon Press sekaligus menjadi daya tarik bagi sasaran promosinya. Objek ilustrasi tersebut merupakan bagian yang penting dalam kebudayaan Jepang. Adapaun ilustrasi yang digunakan merupakan objek-objek musim semi seperti bunga sakura, gunung Fuji, dan awan dengan teknik 2D khas Jepang.

Pemilihan warna dalam Karya Kreatif inipun tak lepas dari warna-warna penting yang lekat dalam kebudayaan Jepang, yakni warna-warna kontras dan warna biru Jepang (Ai) atau indigo dipilih sebagai warna dominan untuk mengesankan desain yang dinamis dan mengangkan nuansa alam, khususnya musim semi. Biru Jepang juga termaskuk sebagai salah satu warna penting dalam kebudayaan Jepang. Biru Jepang dipilih sebagai warna utama dalam perancangan desain media promosi sebagai salah satu ciri khas dalam desain media promosi dengan gaya *Cute Culture*.

Karya desain komunikasi visual sebagai media promosi peluncuran buku perdana dan peresmian Hymbi Nihon Press kemudian dikelompokkan

menjadi karya untuk media utama dan karya untuk media pendukung. Tujuan untuk membuat konsep, bentuk dan jenis desain media promosi peluncuran buku perdana dan Hymbi Nihon Press yang informatif, menarik, dengan sentuhan *Cute Culture* Jepang yang kuat dan manfaat sebagai bahan kajian referensi di bidang desain khususnya di pada media promosi serta hasil perancangan media promosi dapat diaplikasikan langsung oleh Hymbi Nihon Press.

## **B. Saran**

1. Saran untuk Hymbi
  - a. Membuat *feed* di Instagram dan menentukan tema yang akan di upload agar tertata lebih rapi.
  - b. Bisa membuat desain promosi yang lebih menarik dan maksimal, mengingat desain promosi merupakan sarana komunikasi dalam menjalankan sebuah usaha.
2. Saran untuk Akademik
  - a. Memperbaiki fasilitas lab komputer.
  - b. Memperbanyak materi desain khususnya menggunakan *Adobe Illustrator*, mengingat Digital Agency saat ini banyak yang memakai *Adobe Illustrator*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alr, 11 Februari 2016. 10 *Karakteristik desain grafis Jepang yang sering ditemukan di berbagai media*. <https://japanesestation.com/culture/art-architecture/10-karakteristik-desain-grafis-jepang-yang-sering-ditemukan-di-berbagai-media> (Diakses pada 25 Juli 2020)
- DikaPermana, 23 April 2020. *Ayo Mengenal Seni Rupa beserta Unsur-unsurnya*. <https://tedas.id/pendidikan/kuliah/seni-rupa/>. (Diakses pada 25 Juli 2020)
- Gamal Thabrani, 16 Agustus 2019. *Pengertian Desain Grafis dilengkapi Pendapat Para Ahli*. <https://serupa.id/pengertian-desain-grafis/> (Diakses pada 26 Juli 2020)
- Gamal Thabrani, 29 Agustus 2018. *Perpaduan Warna Harmonis menggunakan Teori Warna & Seni*. <https://serupa.id/perpaduan-warna/>. (Diakses pada 28 Juli 2020)
- Kerr, H. Y. (2016). *What is kawaii—and why did the world fall for the 'cult of cute'?*. The Conversation.
- Kusrianto, Adi. 2006. *Panduan Desain Komunikasi Visual*. Jakarta: Elexmedia Komputindo
- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi
- Ladjamudin, A. B. B. (2005). *Analisis dan desain system informasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 1, 1-6.
- Rustan, S. (2008). *Layout Dasar dan Penerapannya*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sachari, A., &Sunarya, Y. Y. (2000). *Tinjauan Desain*. Penerbit Institut Teknologi Bandung. Tanpa tahun.
- Saputra, A. I. (2013). *Perancangan Media Promosi Denaro Pizza dan Resto Yogyakarta. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta*
- Setiawan, A. (2016). *Pencapaian Sense of Design dalam Perancangan Desain Komunikasi Visual*. Andharupa: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia, 2(02), 207-217.
- Sudiana, D. (2001). *Pengantar Tipografi*. Bandung: Rumah Produksi Dendi Sudiana.
- Swastika, G. H. (2019). *Komposisi Warna Dalam Bidang Sebagai Ekspresi Penciptaan Karya Seni Lukis* (Doctoral dissertation, Institut Seni Indonesia Yogyakarta).
- Yunaldi, A. (2016). *Ekspresi Goresan Garis Dan Warna Dalam Karya Seni Lukis*. Jurnal Seni, Desain dan Budaya, 1(1).

## LAMPIRAN

Lampiran 1 Dokumentasi Pameran



Lampiran 4 Dokumentasi Pameran



Lampiran 2 Dokumentasi Pameran



Lampiran 5 Dokumentasi Pameran



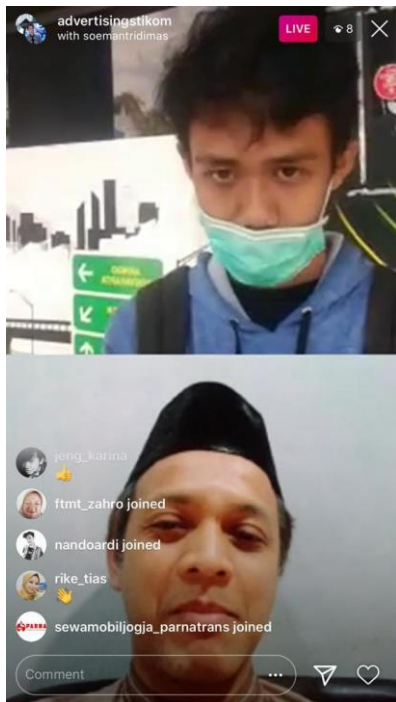
Lampiran 3 Dokumentasi Pameran



Lampiran 6 Dokumentasi Pameran



Lampiran 7 Dokumentasi Bedah Karya



Lampiran 9 Dokumentasi Bedah Karya



Lampiran 8 Dokumentasi Pameran



Lampiran 10 Dokumentasi Pameran

