



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

#### **5.1. Konsep Perancangan**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, penulis mendapatkan beberapa kesimpulan yaitu

1. Diperlukan adanya sign system dalam suatu ruang public seperti kompleks Quadrant
2. Quadrant sebagai kompleks yang terletak di CBD membutuhkan sign system yang sesuai dengan karakteristik unik pada bentuk gedungnya.

#### **5.2. Kesimpulan**

Saran terhadap pembaca untuk lebih baik kedepannya jika akan membuat suatu sign system yang efektif dan tepat

1. Mempelajari fenomena dari masalah yang ada dengan melakukan observasi langsung dan survey ditempat
2. Melakukan studi pustaka serta wawancara terhadap para ahli dibidangnya seperti Arsitek dan Perancang Grafis
3. Pembuatan desain Sign system harus didasarkan pada *targeting, positioning* dan *segmenting*
4. Pemilihan material harus disesuaikan dengan tingkat sosial dari tempat dan harus dibuat efektif misalnya tahan lama.

## DAFTAR PUSTAKA

- Tinarbuko, Sumbo. (2008). *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta : Jalasutra.
- Lupton, Ellen (2008). *Graphic Design: The New Basic*. New York: Princeton Architectural Press.
- Rustan, Surianto (2009). *Layout dan Dasar Penerapannya*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Gibson, David. 2009. *The Wayfinding Hand book*. New York: Princeton Architectural Press
- Safanayong, Yongky. (2006). *Desain Komunikasi Visual Terpadu*. Jakarta: Arte Intermedia.
- Tufte, Edward. (2003). *The Cognitive Style of PowerPoint: Pitching Out Corrupts Within*. University of Michigan: Graphic Press.
- Wheeler, A. (2009). *Designing Brand Identity : an essential guide for the entire branding team 3<sup>rd</sup> Editions*. Canada : John Wiley & Sons, Inc.
- Bringhurst, R. (2008). *The Elements of Typographic Style vers. 3.2*.Canada : Hartley & Marks.
- Olins, W. (2014). *Brand : The Shape of Brands to Come*. London : Thames & Hudson