

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Bentuk desain suatu produk tidak saja berdasarkan pada pertimbangan fungsional, tapi penentuan bentuk tersebut merupakan wujud dari sebuah proses komunikasi visual yang didalamnya memiliki ragam informasi, berupa komunikasi teknis yang biasanya bersifat “*tangible*”(nyata), juga informasi nonteknis yang bersifat pemaknaan. Hubungan kompleks antara desain dan emosi yang mempengaruhi persepsi pengguna terhadap kendaraan Honda Civic Gen 10 karena adanya faktor emosi yang mendorong impact penampilan *sporty* pada kendaraan Honda Civic gen 10

Pada desain Honda Civic gen 10 terdapat konsep visual yang penuh makna salah satunya yakni pada bentuk desain *Head Lamp*, desain *Grill*, desain *Fog Lamp*, desain Bodi, *Spoiler*, desain Velg, desain Spion, dan juga desain Lampu Belakang yang membuatnya tampak *sporty* dan terlihat lebih dewasa sebagai elemen yang disajikan (*presented*).

Honda Civic memberikan improve yang sangat baik disetiap generasinya. Honda Civic pun mampu bersaing dengan mobil se-kelas lainnya, walau popularitas honda Civic masih dibawah toyota Corolla. Namun Civic memberikan sesuatu hal yang berbeda dibanding rivalnya, Civic menyajikan *driving impression* yang sangat sempurna yaitu dengan kenyamanan dan kemudahan dalam

mengoprasikan fitur yang ada. Serta *durability* mesin Civic yang sangat bagus dibuktikan dengan masih banyak beredarnya Civic generasi-generasi awal disaat ini.

5.2 Saran

Melalui analisa yang dilakukan pada penelitian ini yakni Honda Civic Gen 10 termasuk karya seni yang luar biasa hal tersebut mengacu desain *sporty* yang memanjakan mata. Dari aspek tersebut terdapat beberapa hal penting untuk dipahami oleh seorang desainer khususnya oleh pada desainer mobil untuk selalu memperhatikan dan selalu berinovasi dalam pemaknaan visual desain Honda Civic.