BAB IV

KESIMPULAN

Logo di ibaratkan bagai sebuah bendera, tanda tangan, atau sebuah lambang yang secara tidak langsung tidak menjual, tetapi identitas dalam sebuah logo yang menjadi informasi atau persuasi pada akhirnya bisa menjadi sebagai alat pemasaran.

Tapi bagaimana pun juga sebuah logo di desain tentu memilki tujuan dan maksud untuk memperoleh respon yang baik, namun jika yang terjadi sebaliknya, mungkin ada sesuatu yang salah dalam logo tersebut. Kesalahan mungkin terjadi saat proses riset atau saat mensosialisasikan logo tersebut.

Dalam proyek ini penulis mendapatkan banyak pengalaman berharga dalam hal proses pembuatan identitas sebuah produk, diharapkan pengalaman yang telah didapat bisa menjadi acuan kedepan untuk menulis dalam proyek selanjutnya.