

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Perancangan pembuatan logo dan *graphic standard manual* sebagai *corporate identity* The Shalimar Boutique Hotel ini agar The Shalimar Boutique Hotel memiliki logo yang dapat mencerminkan keidentikan, keunikan dan juga misi dari hotel serta membuat acuan dan juga aturan yang tepat dalam membuat media promosi. Dengan adanya perancangan logo ini, maka perbedaan persepsi akan pandangan masyarakat terhadap citra hotel yang secara tidak langsung dapat merubah citra hotel menjadi terkesan murah dan tidak mempunyai landasan yang kuat, ketidakkonsistenan yang dapat membuat desainer kesulitan dalam melakukan proses marketing dan pemasaran dapat teratasi dengan baik. Diharapkan kedepannya logo dan *graphic standard manual* The Shalimar Boutique Hotel ini mampu menunjukkan citra tersebut kepada calon konsumen maupun konsumennya.

Dalam membuat perancangan ini, dimulai dengan menentukan strategi branding yang meliputi: analisis swot, *brainstorming*, mencari referensi visual, yang lalu dilanjutkan dengan, visualisasi yang meliputi sketsa manual dan sketsa digital dengan di akhiri proses produksi media. Hasil dari media utama dan media pendukung tersebut kemudian dilakukan uji tes oleh target market dalam perancangan ini.

Kemudian, metode *design thinking* diterapkan dalam perancangan ini dengan tahapan berupa *empathize, define, ideate, prototype* dan *test*. Hasil dari tahapan-tahapan tersebut terdiri dari media utama berupa buku panduan *Graphic Standard Manual* sebagai panduan desainer dan staff dalam menggunakan identitas visual The Shalimar Boutique Hotel agar tidak mengalami kesulitan dalam menjaga konsistensi logo pada pengaplikasiannya ke berbagai media promosi serta media pendukung berupa *stationery set* (kertas surat menyurat, amplop surat, kartu nama, *file map, shopping bag* dan *uniform*), *room amenities* (*do not sign dan room card*), *bathroom amenities* (*shampoo* dan sabun hotel, *lotion, candle, shampoo* dan sabun *travel size, dental kit, sandal dan handuk*) dan *meeting amenities* (*hand sanitizer, buku dan bolpoin*).

Berdasarkan hasil uji test oleh target market dapat disimpulkan bahwa bahwa perancangan yang dilakukan sudah baik.

5.2 Saran

Perancangan ini dapat dikembangkan lebih lanjut sebagai bagian dari proses perancangan logo dan sebagai studi literatur untuk perancangan selanjutnya. Pengembangan dapat berupa penambahan dan penyempurnaan media yang telah dirancang, agar dapat memenuhi kebutuhan *corporate identity* The Shalimar Boutique Hotel secara menyeluruh.

Selain itu, akan lebih baik jika proyek Tugas Akhir dapat digunakan oleh The Shalimar Boutique Hotel dan tidak hanya berhenti dalam portofolio