

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dengan perancangan *corporate identity* rumah makan Phuket yang baru ini diharapkan dapat tercipta suatu *corporate identity* dari rumah makan Phuket yang lebih mencerminkan identitasnya sebagai rumah makan yang menyajikan masakan khas Thailand, mencerminkan *image* positif perusahaan, membuat *brand* Phuket menjadi hidup dan memiliki jiwa, sehingga posisinya di pasar serta di mata konsumen semakin kuat dan positif.

Perancangan *corporate identity* rumah makan Phuket yang baru ini dapat memberikan identitas yang lebih jelas kepada masyarakat tentang rumah makan Phuket sebagai rumah makan yang menyajikan masakan ala Thailand. Hal ini didukung dengan angket yang disebarkan kepada *target audience* yang menyebutkan bahwa logo baru Phuket cocok untuk logo sebuah rumah makan Thailand (70%). Selain itu dari intern perusahaan juga dibagikan kuesioner kepada para karyawan mengenai pendapatnya mengenai pergantian logo Phuket hasilnya 60% menyatakan bahwa logo baru Phuket lebih mencerminkan Thailand sesuai dengan identitas rumah makan Phuket ini sendiri.

Corporate identity Phuket baru yang diaplikasikan secara tepat dan konsisten pada media yang sesuai diharapkan dapat semakin memperkuat *corporate identity* baru dari Phuket.

B. Saran

Pada era modern ini semua perusahaan semakin berlomba untuk menampilkan diri sebaik mungkin di mata konsumennya. Untuk itulah perusahaan harus menampilkan diri sesuai dengan identitas serta harus konsisten pada pemakaian identitasnya agar mudah dikenali oleh masyarakat. Untuk itulah diharapkan perusahaan lebih menyadari akan pentingnya identitas yang jelas bagi perusahaan mereka.

Saran untuk perancangan karya desain berupa redesain perancangan logo dan *corporate identity* di masa yang akan datang agar lebih sempurna dapat menambahkan data berupa kuesioner pendapat audience tentang tanggapan mereka mengenai beberapa alternatif desain logo sebelum dipilih sebagai logo final.

DAFTAR PUSTAKA

- Carter, David E., *The Big Book of Logos 3*, HarperCollins Publishers, New York, 2002.
- Carter, David E., *The Little Book of Logo Recipes*, HarperCollins Publishers, New York, 2004.
- Carter, David .E, *Designing Corporate Identity Programs for Small Corporations*, Art Direction Book Company, New York, 1985.
- Carter, David .E, *How to Improve Your corporate Identity*, Art Direction Book Company, New York, 1985.
- Cato, Ken, *Design by Thinking*, HarperCollins Publishers, New York, 2000.
- Cenadi, Christine Suharto, *Corporate Identity Sejarah dan Aplikasinya*, UK Petra, Surabaya, 1999.
- Dewajani, Imelda, *Graphic Recycling: Logo*, Majala Versus Issue 05, 2009.
- Jefkins, Frank, *Periklanan*, Penerbit Erlangga, Jakarta, 1995.
- Kartajaya, Hermawan, *On Marketing*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2002.
- Krauss, Sven, and Ganguillet, Laurent, and Sanguanwong, Vira, and Tettoni, Luca Invernizzi, *Authentic Recipes from Thailand*, Periplus, Singapore, 2004.
- Olins, Wally, *Corporate Identity*, Thames and Hudson, London, 1994.
- Raharjo, Adith, *5 Rahasia Sukses Bisnis Restoran*, Penebar Plus, Jakarta, 2008.
- Ramdhan, Hendry E, *Franchise Untuk Orang Awam*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2009.
- Ries, Al & Trout, Jack, *Positioning: The battle for Your Mind*, Salemba Empat, Jakarta, 2002.
- Rustan, Surianto, *Layout dasar dan penerapannya*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2008.
- Rustan, Surianto, *Mendesain Logo*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2009.

Tai-Kung, Kan, *Kebudayaan Tanpa Filosofi Ibarat Manusia Tanpa Tulang Belakang*,
Majalah Concept Vol02Edisi11'2006.

Van Beek, Steve, and Tettoni, Luca Invernizzi, *The Arts of Thailand*,
Periplus, Hongkong, 2000.

Ayojajan.com

Awrestaurants.com

EventJogja.com

Faiqfardian.net

Google.com

Majalahfranchise.com

Pizzahut.com

