



### **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

### SARAN DAN PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Setelah melalalui tahapan perancangan rebranding yang cukup panjang, penulis dapat menarik beberapa kesimpulan. Bahwa sebuah identitas sangat penting dimiliki oleh setiap perusahaan kepada setiap *brand* dalam menjalankan kegiatan *brandnya*. Dalam perancangan *rebranding* Hotel Permata Bandara dibutuhkan informasi secara mendalam agar tau apa yang banar-benar dibutuhkan oleh Hotel Permata Bandara dan penulis merancang sebuah *brand* baru Hotel Permata Bandara. Untuk lebih memperluas *awareness* dan jangkauannya. Hotel Permata Bandara berganti nama menjadi Ease Hotel. Ease Hotel sendiri yang berarti amam dan tenteram. Perancangan nama ini juga melalui banyak proses karena disesuaikan dengan *value* dari Ease Hotel itu sendiri. Karena pihak hotel berniat menaikkan strata hotel dari bintang satu menjadi bintang dua, maka nama hotel dibuat dengan bahasa Inggris agar lebih mudah didengar dan diingat wisatawan lokal maupun asing. Perancangan visual baik itu *Company Document, packaging* dll dilakukan melalui 3 warna utama yang juga mencerminkan *value* dari Ease Hotel itu sendiri. Logo juga sangat penting dalam mengkomunikasikan suatu *brand* karena dalam logo terkandung *value, filosofi* dan cita-citra suatu *brand*. Dengan adanya perancangan ini penulis memiliki harapan bahwa dengan terjadinya perancangan Ease Hotel ini dapat menjadi jawaban yang dicari oleh pihak pengelola hotel untuk memperluas *brand* Ease Hotel itu sendiri.

## 5.2 Saran

Penulis memiliki saran kepada para pembaca-pembaca yang ingin melakukan penelitian serupa ialah untuk melakukan penelitian secara mendetail mengenai *value*, apa yang dicita-citakan oleh *brand* tersebut dan jangan lupa berilah elemen-elemen visual yang mudah dimengerti dan bermakna supaya *brand* yang dihasilkan dapat jangka panjang dapat dinikmati oleh para *audience*. Dalam melakukan pencarian data harus didapat dari sumber-sumber internal agar tidak keliru dalam penyampaian visual dan pengaplikasiannya ke dalam masyarakat serta dapat menjadi jawaban atas permasalahan yang ada.

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA