

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Restoran Rendezvous merupakan restoran *Chinese food* legendaris yang telah berdiri selama 48 tahun di daerah Menteng, Jakarta. Restoran Rendezvous telah menyajikan makanan berkualitas tinggi dengan bahan baku yang premium semenjak berdiri. Kualitas menjadi bagian dari komitmen didirikannya Rendezvous. Menjadi salah satu kuliner bersejarah yang masih berdiri di Jakarta menjadikan restoran ini memiliki nilai jual yang lebih dan harus terus dipertahankan. Terlebih lagi jika persepsi dari restoran ini ternyata masih tidak sesuai dengan yang ingin disampaikan. Kualitas tinggi dari restoran belum tersampaikan kepada target masyarakat. Oleh karena itu, perancangan ulang *brand identity* Restoran Rendezvous menjadi penting untuk dilakukan.

Perancangan ulang *brand identity* restoran Rendezvous dilakukan untuk meluruskan persepsi masyarakat bahwa Rendezvous merupakan restoran legendaris berkualitas tinggi dengan pendekatan *nostalgic* dan kekeluargaan. *Nostalgic* didasari dengan bagaimana Rendezvous telah mengukir banyak kenangan manis yang tak terlupakan dan tak tergantikan bagi pelanggan-pelanggannya selama hampir 50 tahun berdiri. Kekeluargaan didasari dengan suasana kekeluargaan yang dijunjung tinggi oleh restoran, hal inipun turut dirasakan oleh pelanggan.

Perancangan ulang *brand identity* restoran Rendezvous diatur di dalam sebuah buku *brand guidelines* yang merupakan pedoman dan panduan utama dalam *branding*. Dengan melakukan *rebranding*, restoran Rendezvous diharapkan dapat memberikan persepsi dan citranya yang sebenarnya, yaitu sebagai restoran keluarga nan nostalgic dan legendaris di Jakarta yang berkualitas tinggi. Sehingga pada akhirnya, restoran legendaris ini mampu untuk terus bertahan menjadi saksi bisu perkembangan sejarah kuliner di Jakarta.

5.2. Saran

Dalam melakukan perancangan ulang *brand identity* sebuah *brand*, melakukan riset sedalam mungkin merupakan hal yang esensial. Pemahaman akan *brand* atau *brand knowledge* sangat penting untuk dipelajari untuk mengetahui strategi terbaik dalam merancang. Di dalam pengerjaannya, menggali masukan dari berbagai iterasi kepada pihak lain yang dapat membantu juga menjadi penting untuk mendapatkan hasil yang tepat dan terbaik. Referensi juga merupakan unsur penting dalam merancang agar perancangan dapat dieksplorasi sebaik mungkin.

Selain itu, koordinasi dengan berbagai pihak yang bersangkutan juga sangat berpengaruh terhadap perancangan. Koordinasi yang baik terhadap *stakeholder*, *user*, dan pihak-pihak lainnya akan membuat perancangan berjalan ke arah yang benar dan sesuai kebutuhan. Perancangan ulang sebuah *brand identity* juga dapat dikonsultasikan kepada berbagai pihak selain dalam konteks desain, karena didalam pembuatannya, juga dibutuhkan bantuan dari pihak lain, seperti *marketing* untuk menemukan media promosi yang terbaik, dan pihak-pihak lainnya untuk area lainnya. Dengan dilakukannya perancangan ulang *brand*

identity restoran Rendezvous, penulis berharap perancangan yang dilakukan dapat berguna sebagai pembelajaran bagi peneliti lain dengan topik serupa, terutama dalam *branding* sebuah rumah makan.