



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

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Hasil dari analisa yang telah dilakukan selama ini menghasilkan sebuah kesimpulan bahwa Coffee Toffee memiliki sebuah komitmen dalam memajukan produk dan merek asal Indonesia ke seluruh dunia. Coffee Toffee berusaha untuk membenahi diri agar menjadi merek dagang asal Indonesia yang secara profesional menjual produk mereka di pasar luar negeri. Penyatuan akan visi dan misi antar pemegang franchise dan merangkul masyarakat Indonesia demi tercapainya tujuan merupakan hal utama yang harus dilakukan.

Hal ini yang menjadikan dasar pembuatan logo yang sesuai dengan rumusan masalah sebelumnya yaitu menciptakan logo yang sesuai dengan Coffee Toffee itu sendiri. Logo ini juga diharapkan menjadi cerminan dalam memenuhi visi dan misi Coffee Toffee itu sendiri dan bangga akan produk kopi Indonesia. Semangat yang terdapat di dalam Coffee Toffee akan terus hangat dan menjadi acuan untuk terus berkembang lebih lagi sehingga layak menjadi kebanggaan Indonesia dan siap bersanding dengan gerai kopi skala internasional.

5.2. Saran

Perancangan ulang logo Coffee Toffee yang telah dilakukan selama ini menuai saran yang berguna untuk semua orang khususnya bagi yang mempunyai permasalahan yang sama dalam perancangan ulang logo. Saran yang diberikan diharapkan dapat membantu orang – orang yang mengalami kesulitan dalam

perancangan ulang logo dan menjadi arahan yang jelas bagi pemula yang bergerak dibidang desainer khususnya logo.

Kita sebagai seorang desainer layaknya mengetahui kondisi sebuah perusahaan yang hendak mengubah logo. Perubahan logo ini tidak hanya sekedar ingin menjadi baru melainkan ada faktor-faktor perubahan logo. Faktor-faktor perubahan logo pada umumnya jika suatu perusahaan mengubah positioning mereka, adanya perubahan struktural kepemimpinan dalam perusahaan, perubahan visi dan misi perusahaan, adanya penggabungan dengan perusahaan lainnya, meluncurkan sebuah organisasi baru, diversifikasi, dan mengubah target market berskala lebih besar atau internasional.

Perubahan identitas merupakan hal yang krusial karena merupakan salah satu visual yang menggambarkan identitas mereka. Kemiripan identitas dengan perusahaan lain juga tidak baik karena akan merusak secara tidak langsung wibawa suatu perusahaan. Perancangan logo ini juga membutuhkan riset yang cukup lama dan menghabiskan banyak waktu, tenaga, dan pikiran. Seorang desainer harus mempunyai sifat yang tekun dan rajin dalam penggarapannya sehingga mendapatkan sesuatu yang berbeda yang menjadi ciri khas dari perusahaan lainnya.