



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 menghasilkan bahwa Hotel New Mirah merupakan sebuah hotel yang baru saja merubah konsep hotelnya dari sebuah hotel keluarga menjadi sebuah hotel transit. Juga merubah target marketnya. Hotel transit ini sedang berusaha memperkenalkan kembali konsep barunya yang modern kepada konsumen.

Hal ini menjadi dasar perancangan ulang logo Hotel New Mirah sesuai dengan rumusan masalah sebelumnya yaitu, bagaimanakah perancangan ulang logo yang sesuai bagi Hotel New Mirah. Logo ini kemudian diharapkan telah sesuai dengan Hotel New Mirah, dan dapat menyampaikan pesan yang ingin disampaikan oleh Hotel New Mirah.

5.2. Saran

Logo bukan hanya sebuah simbol ataupun gambar yang secara sembarang dipakai oleh sebuah perusahaan. Namun sebuah logo harus mampu mewakili usaha dari perusahaan tersebut, seperti yang dikatakan oleh David Airey, logo merupakan wajah dari sebuah perusahaan.

Karena itu, sudah menjadi tugas bagi seorang desainer grafis untuk bisa membuat sebuah simbol yang dapat mewakili sebuah perusahaan. Dan dapat diterima oleh masyarakat luas.

Ada beberapa hotel lain yang dapat pula dilakukan sebuah perancangan ulang, diantaranya TREND hotel, hotel ini merupakan hotel baru yang belum memiliki logo. Fashion hotel, hotel ini membutuhkan sebuah penyegaran di dalam identitas visualnya karena sudah tidak sesuai dengan target marketnya.

Perancangan ulang sebuah logo harus memiliki sebuah alasan dibaliknya demi memperbaiki perusahaan yang diwakili logo tersebut. Faktor-faktor dalam perubahan logo diantaranya ingin dilakukan 'penyegaran' dalam usahanya, terjadi perbedaan konsep, pergantian target market dan *merger* perusahaan.

UMMN