



### **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.



### **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

Berdasarkan hasil dari penelitian serta proses perancangan ulang identitas dari restoran *Pizza Bakar LaCroazia*, penulis mengambil kesimpulan bahwa dengan menciptakan desain identitas yang tepat dapat menyampaikan kesan dan pesan yang ingin ditonjolkan pada restoran *Pizza Bakar LaCroazia* pada masyarakat yang disampaikan melalui media aplikasi. Disamping itu, perihal konsistensi pada identitas visual diperlukan bagi restoran *Pizza Bakar LaCroazia* untuk dapat meningkatkan *brand awareness* pada restoran. Adapun identitas visual sendiri menjadi suatu hal utama yang diperhatikan oleh masyarakat (konsumen maupun calon konsumen) karena identitas visual menjadi kepribadian yang mencerminkan restoran tersebut.

Untuk dapat menyampaikan rancangan desain yang sesuai maka memerlukan penelitian mengenai gambaran secara umum dari restoran yang mencakup konsep dari restoran yang ingin ditampilkan, target utama, SWOT, serta kompetitor dari restoran dengan menjual produk yang serupa. Disamping melakukan analisa mengenai data tersebut, penulis juga menganalisa adanya *brand positioning* dan *brand value* dari restoran dibandingkan dengan restoran kompetitor. Berdasarkan dari hasil analisa tersebut, kemudian penulis dapat mengembangkan melalui *mind mapping*, sketsa, dan logo final.

## 5.2. Saran

Bagi mahasiswa desain yang tertarik mengangkat topik mengenai identitas visual, proses untuk menentukan identitas bukanlah perihal yang mudah dibuat (instan), namun membutuhkan penelitian yang dalam untuk menemukan *brand value* dan *brand positioning* yang dimiliki oleh sebuah perusahaan, serta mencari referensi dengan perusahaan sejenis sehingga dapat menghasilkan logo yang tidak hanya nikmat dipandang, tetapi juga agar pesan dan kesan dari perusahaan dapat disampaikan dengan baik.

Disamping membahas mengenai *brand value* dan *positioning*, wajib diperhatikan pula perusahaan tersebut bergerak dibidang kuliner, *printing*, atau perusahaan *online*. Selain itu, *Graphic Standard Manual* (GSM) juga berguna untuk memberi informasi lebih detail mengenai ukuran, penggunaan, pengaplikasian logo, hingga larangan dalam penggunaan logo.

U  
M  
M  
N