



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

Sejak awal berdirinya di tahun 1971, *Hotel Kartika Chandra* telah memosisikan dirinya sebagai hotel berkelas dengan fasilitas lengkap dan pelayanan prima yang mampu menarik para pebisnis untuk menghabiskan malamnya di hotel bintang empat tersebut. Namun amat disayangkan seiring dengan perkembangan jaman, banyak hotel lain yang tumbuh di Jakarta dengan berbagai penawaran akan pelayanan dan fasilitas terkini yang membuat *Hotel Kartika Chandra* tidak lagi menjadi pilihan utama hotel para pebisnis. Terlebih, hotel yang baru tumbuh di era 2000-an ini dibantu melalui visualisasi menarik pada tampilan eksterior, interior, sampai desain logo dan identitas visual lain yang menciptakan kesan lebih modern dan lebih profesional dibandingkan *Hotel Kartika Chandra*.

Sebagai seorang desainer grafis, penulis merasa salah satu jalan untuk menyelamatkan *Hotel Kartika Chandra* agar dapat kembali menjadi pemimpin hotel terbaik di Jakarta dan memperluas target pasarnya adalah dengan melakukan perubahan logo dan identitas visualnya. Perubahan ini menjadi tanda dan janji kepada masyarakat bahwa *Hotel Kartika Chandra* bukanlah hotel tua yang tidak berkembang sesuai dengan jaman, dan mampu bersaing dengan berbagai hotel modern lain di Jakarta. Selain itu dengan adanya perubahan yang sesuai dengan

visi, misi, nilai, dan citra yang ingin dibangun akan menghasilkan kekuatan visual yang dapat membantu masyarakat untuk melupakan citra lama *Hotel Kartika Chandra* sebagai hotel tua tidak berkembang dan identik dengan pelayanan yang tidak profesional.

Untuk memperbaiki permasalahan tersebut, penulis mengambil langkah awal dengan menganalisa dan observasi *Hotel Kartika Chandra*, kompetitor, target pasar, dan juga desain seperti apa yang tidak hanya dapat sesuai dengan citra *Hotel Kartika Chandra*, namun juga sesuai dengan desain ideal di mata masyarakat sehingga bisa tercipta kesinambungan akan kesan yang ingin ditampilkan dan ditangkap. Penulis menggali secara mendalam mengenai kesan seperti apa yang ingin ditanamkan *Hotel Kartika Chandra* kepada masyarakat, nilai seperti apa yang ingin dituangkan dalam logo sebagai wajah perusahaan, sehingga dapat menjadi dasar bagi penulis dalam membuat desain baru terhadap logo dan identitas visual *Hotel Kartika Chandra*.

Penulis kemudian mengolah segala data yang telah dikumpulkan pada proses observasi dan mulai memasuki tahapan *brainstorming*, penemuan konsep yang dilanjutkan dengan tahapan sketsa desain dan juga proses digitalisasi hasil sketsa. Setelah melalui serangkaian proses tersebut, penulis akhirnya memilih logo yang dapat menjadi wajah *Hotel Kartika Chandra* dengan elemen-elemen pembentuk yang sesuai dengan visi, misi, nilai, dan citra yang ingin ditampilkan oleh *Hotel Kartika Chandra*. Logo dan identitas visual baru memosisikan keunikan *Hotel Kartika Chandra* sebagai satu-satunya hotel di Jakarta yang sarat

akan nilai dan unsur budaya Indonesia, baik dalam tampilan interior maupun kehangatan pelayanan para staff yang siap melayani segala kebutuhan para tamunya layaknya pelayanan dalam sebuah keluarga. Kesan *sophisticated*, *friendly*, *heritage*, dan *simple*, yang menjadi poin utama dalam nilai pencitraan *Hotel Kartika Chandra*, dapat disampaikan dengan baik melalui desain logo dan identitas visual barunya. Setelah logo baru diciptakan, penulis memasukkan logo ke dalam berbagai media komunikasi yang berhubungan langsung dengan customer seperti kartu nama, *invoice*, seragam staff hotel, sampai *amenities* yang mereka dapatkan di kamar hunian.

Agar nilai dan citra yang ditampilkan oleh logo beserta seperangkat identitas visualnya dapat selalu disampaikan dengan baik dan konsisten, penulis membuat buku panduan logo yang berisi segala aturan dalam penerapan logo *Hotel Kartika Chandra* di berbagai media komunikasi. Dengan adanya buku panduan ini, pihak internal maupun eksternal yang diberikan tanggung jawab untuk memakai logo *Hotel Kartika Chandra* dapat menampilkan logo dan identitas visual *Hotel Kartika Chandra* dengan konsisten sehingga nilai dan citra hotel yang ingin ditampilkan dapat tersampaikan dengan baik kepada masyarakat. Selain itu, dengan pengaplikasian yang konsisten di setiap media, maka akan dihasilkan ciri khas desain *Hotel Kartika Chandra* yang dapat diidentifikasi oleh masyarakat sehingga bisa dibedakan dengan kompetitor lain di pasaran.

Perubahan logo dan identitas visual *Hotel Kartika Chandra* diharapkan dapat menjadi tanda kepada masyarakat bahwa hotel tua yang tidak berkembang

sesuai kebutuhan jaman telah memperbaiki dirinya, demi memenuhi kebutuhan masyarakat akan tempat penginapan yang tidak hanya berkualitas dan sarat akan fasilitas, namun juga nyaman untuk diinapi dengan adanya pelayanan yang hangat layaknya berada di tengah-tengah keluarga. Penulis berharap agar logo dan identitas visual yang baru dapat berfungsi sebagaimana fungsi utamanya yang menjadi wajah sebuah perusahaan untuk dikenal masyarakat luas, dan juga mencerminkan segala visi, misi, nilai, dan citra baru yang ingin dibangun oleh *Hotel Kartika Chandra*. Dengan adanya perubahan ini, diharapkan *Hotel Kartika Chandra* akan kembali menjadi pemimpin hotel bintang empat terbaik di Jakarta yang mengungguli kompetitornya dengan keunikan budaya Nusantara, fasilitas modern dan terkini, serta kehangatan pelayanan yang selalu siap melayani kebutuhan tamu selama menginap di *Hotel Kartika Chandra*.

5.2 Saran

Pengembangan penelitian mengenai bagaimana pengaruh tampilan visual sebuah perusahaan terhadap kesan yang ditampilkan dalam benak masyarakat perlu dilanjutkan. Hal ini dapat terus dikembangkan karena pada dasarnya manusia memberikan penilaian secara langsung dan menentukan pilihan terhadap sesuatu melalui tampilan visualnya. Jika tampilan visual yang ada tidak mampu menarik dan menampilkan kesan yang baik di mata masyarakat, dapat dipastikan sebuah

perusahaan akan ditinggalkan oleh target pasarnya, yang berujung pada minimnya pemasukkan perusahaan.

Desainer memiliki peran penting dalam membantu perusahaan untuk menanamkan nilai positif dalam benak masyarakat yang selalu memberikan penilaian pertama melalui tampilan visualnya. Pengetahuan akan desain, pengaruh persepsi visual, penelitian latar belakang perusahaan dan latar belakang target market perusahaan perlu dilakukan secara mendalam. Hal ini bertujuan agar desain baru yang dihasilkan adalah desain yang sesuai dengan target market dan benar-benar merefleksikan nilai dan citra positif yang ingin disampaikan. Dengan adanya citra yang positif melalui tampilan visualnya, perusahaan dapat mempertahankan dan memperluas target marketnya sehingga membawa profit pada perusahaan.

UMMN