

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Hotel Ririn adalah sebuah hotel bintang 2 di Kota Bogor dengan kesan *homey*, taman yang luas, *pricing point*, kamar luas, bentuk kamar yang berbeda-beda, dan *public space* yang luas. Hotel Ririn belum memiliki identitas visual yang merepresentasikan jenis usahanya dan belum menonjolkan kesna yang diinginkan. Hal ini menyebabkan permasalahan dan kesalahan persepsi bagi pengunjung. Penulis melakukan perancangan ulang identitas visual menggunakan metode perancangan *brand identity* oleh Alina Wheeler (2018) dalam bukunya *Designing Brand Identity*. Metodologi ini memiliki lima tahap, yaitu *conducting research*, *clarifying strategy*, *designing identity*, *creating touchpoints*, dan *managing assets*. Penulis merancang logo *letterform marks* dengan filosofi bahwa Hotel Ririn selalu menjaga kenyamanan yang ada dengan cinta kasih. Lalu, penulis membuat *media collateral* dan panduan penerapan identitas visual dalam bentuk *Graphic Standard Manual (GSM)*. Dalam *beta test*, penulis mendapatkan bahwa logo hasil perancangan sudah mencerminkan jenis usaha hotel yang *homey* dan nyaman.

5.2 Saran

Penulis mendapatkan saran saat sidang akhir, baik mengenai permasalahan sampai ke perancangan. Penulis menyusun saran ini ke beberapa bagian. Berikut saran-saran yang diberikan.

1) Permasalahan

Dalam mengangkat topik identitas visual, maka permasalahan yang ada harus jelas dan diteliti dengan baik. Permasalahan harus diteliti dari berbagai pihak, misalnya pemilik dan target yang bersangkutan. Permasalahan yang ada harus memiliki urgensi sehingga mencapai solusi perancangan ulang identitas visual.

- 2) Batasan Masalah
Komparasi SES dari kompetitor juga bisa dilakukan dalam penentuan SES. Penentuan target perancangan juga harus ditelaah dengan baik.
- 3) Data Penelitian
Data-data penelitian yang digunakan juga harus mendukung solusi perancangan, seperti kuesioner. Hal yang dipertanyakan harus mendukung masalah dari perancangan.
- 4) Media
Dalam pembuatan media, media promosi harus memiliki *call to action*. Penentuan *grid* juga harus benar. Lalu, media-media yang dihasilkan juga harus disesuaikan dengan target perancangan.
- 5) Beta Test
Saat melakukan *beta test* ke target, sebaiknya ditanyakan mengenai isi dan kejelasan dari desain.
- 6) Pengembangan Topik
Topik ini bisa dikembangkan menjadi perancangan media promosi atau perancangan *sign system* untuk Hotel Ririn.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA