



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 *re-branding* logo travel Putra KJU, penulis mengambil kesimpulan bahwa dengan menciptakan logo baru perusahaan, selain itu, *re-branding* logo untuk membangun citra lama yang lebih baik dari sebelumnya melalui media komunikasi visual kepada khalayak umum. Lewat logo baru ini diharapkan perusahaan dapat menggunakannya sebagai identitas perusahaan dan bentuk strategi yang efektif untuk menambah minat konsumen terhadap travel Putra KJU.

Re-branding logo baru dalam berbagai jenis media aplikasi sebagai media promosi kepada masyarakat menggunakan prinsip dan unsur desain untuk menghasilkan desain yang sempurna. Di samping itu juga melakukan observasi, beberapa analisis, dan proses untuk menghasilkan desain yang baik.

Hasil *re-branding* logo diaplikasikan ke dalam berbagai jenis, ukuran, dan media, ada banyak aplikasi *re-branding* logo pada berbagai media dengan berbagai variasi ukuran yang berbeda menyesuaikan dengan bidang yang dibuat. Aplikasi logo berupa kartu nama, surat, nota, amplop, map, brosur, tiket, poster, x banner, mug, seragam, topi dan pin.

Secara umum, *re-branding* logo dan aplikasinya tercipta sebagai identitas perusahaan sekaligus mempromosikan perusahaan kepada masyarakat untuk mendapatkan citra yang lebih baik agar menambah minat konsumen terhadap produk perusahaan. Selain itu, logo adalah identitas diri untuk membedakan milik perusahaan walaupun bergerak di bidang yang sama. Kemudian aplikasi *visual identity* sebagai alat memvisualkan citra kepada masyarakat bahwa travel Putra KJU ini konsekuen dan profesional sekaligus untuk mencegah pembajakan semua *image* perusahaan.

5.2. Saran

Bagi pihak perusahaan disarankan untuk mempelajari hal-hal yang terkait dengan pemasaran untuk menarik konsumen dalam pengembangan perusahaan melalui pemanfaatan *visual identity* yang berdampak pada pemberian lapangan pekerjaan dan kesejahteraan karyawan. Dari hasil perancangan *re-branding* logo travel Putra KJU ini dapat digunakan sebaik-baiknya bagi travel Putra KJU dalam hal ukuran, warna, maupun bentuk dari logo tersebut sebagai media promosi perusahaan.

U
M
M
N