

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

PT Guataka Makmur Horecaba Indonesia adalah salah satu pemasok peralatan dapur yang berkembang di Indonesia yang berlokasi di Ruko Diamond Green Parkview, Jalan Daan Mogot, Jakarta Barat. PT Guataka Makmur Horecaba Indonesia berdiri sejak 2018 di Jakarta Barat, yang memasok banyak peralatan komersil seperti oven, mixer dan peralatan dapur lainnya namun sejak Covid-19 dengan melihat situasi pasar makanan dan minuman direktur perusahaan memperluas layanan ke bidang konsultasi dan konstruksi dapur.

Identitas visual PT Guataka Makmur Horecaba Indonesia masih kurang merepresentasikan perusahaan karena menurut pra kuesioner banyak yang masih kurang mengerti dengan apa yang ingin di sampaikan perusahaan, dengan logotype yang buram dan tidak jelas di lihat banyak klien yang mempunyai masalah dengan melihat logo saat di bagikan kartu nama.

Maka penulis melakukan perancangan ulang identitas visual PT Guataka Makmur Horecaba Indonesia agar perusahaan dikenal kontraktor dapur pilihan pertama yang ada di Indonesia seperti tujuan direktur perusahaan. Penulis juga melewati berbagai fase dari riset mengenai pendapat identitas visual yang sudah ada di perusahaan, wawancara dengan direktur perusahaan dan akhir merancang identitas visual PT Guataka Makmur Horecaba Indonesia.

Identitas visual PT Guataka Makmur Horecaba Indonesia. Ingin menonjolkan bahwa perusahaan menyediakan jasa dan produk yang berkualitas maka itu perancangan ulang identitas visual dibuat dengan gaya moderen dan rapih agar klien mengerti apa yang di sampaikan perusahaan dengan media utama *Graphic Standard Manual* karyawan dan desainer grafis perusahaan pun dapan acuan untuk bagaimana menggunakan logo dengan benar

Selain *Graphic Standard Manual* penulis juga merancang media pendukung seperti stationary, promotional media, *merchandise* dan akhirnya *Signage*.

## 5.2 Saran

Mendesain ulang identitas yang selaras dengan visi dan misi perusahaan memerlukan beberapa tahapan untuk mencapai hasil yang diinginkan, yaitu konsistensi di semua media. Riset pasar juga penting untuk memahami kebutuhan sebenarnya perusahaan, sehingga proses perancangan ulang identitas visual menjadi lebih terarah dan jelas.

PT Guataka Makmur Horecaba Indonesia berharap dapat mengimplementasikan identitas visual dengan elemen-elemen yang lebih konsisten serta memanfaatkan *Graphic Standard Manual* sebagai panduan utama. Panduan ini akan memastikan penggunaan identitas visual yang tepat dan selaras di berbagai media yang digunakan.

Penelitian ini diharapkan dapat mendukung PT Guataka Makmur Horecaba Indonesia dalam meningkatkan keterlibatan pelanggan serta mempermudah klien dalam mengakses informasi dan melakukan pembelian produk yang ditawarkan Perusahaan.

Setelah melalui sidang akhir, penulis mendapatkan berapa saran mengenai *time management* dalam perancangan ulang identitas visual PT Guataka Makmur Horecaba Indonesia. Penulis juga mendapatkan beberapa saran mengenai kelengkapan proses perancangan dan juga penulisan yang lebih konsisten.

U M N  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA