

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **6.1 Kesimpulan**

Kesimpulan yang dapat diambil dari *Re-branding* Kafe BURGERMAN ini adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil diskusi dari pihak perusahaan, Kafe BURGERMAN membutuhkan desain identitas visual yang baru, desain yang dibuat harus mampu memberikan gambaran mengenai identitas baru Kafe BURGERMAN kepada masyarakat.
2. Desain harus kreatif, unik dan menarik agar masyarakat tertarik untuk datang dan membeli produk dari Kafe BURGERMAN.
3. Menggunakan warna-warna, text, tipografi, layout, dan gambar-gambar sesuai dengan konsep yang telah ditetapkan di awal.

#### **6.2 Saran**

Berdasarkan penjelasan perancangan diatas maka dapat diberikan saran untuk pengembang sistem ini sebagai berikut :

1. Hasil *Re-branding* dan desain *corporate identity* dengan konsep yang baru ini masih dapat dikembangkan dari segi desain yang selalu berkembang di tiap tahunnya. Penyesuaian karakter desain harus sesuai dengan keinginan pihak perusahaan agar tidak meninggalkan konsep awal dari perusahaan ini.

2. Penggunaan Corporate identity pun masih dapat berkembang sesuai dengan keinginan perusahaan. Seperti menggunakan media lini bawah / BTL, atau pun menggunakan *Media Trough The Line* seperti ambient media sesuai dengan target pasar dan kemampuan perusahaan.
3. Lebih disempurnakan lagi dalam penulisan laporan, dan desain corporate identity yang telah dibuat.

STIKOM SURABAYA