

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Rebranding Dapur Tok Daddy merupakan langkah strategis untuk memperkuat identitas merek sekaligus menjawab tantangan dalam menyasar pasar yang lebih luas di Kota Surabaya. Berdasarkan hasil analisis dan implementasi desain, dapat disimpulkan bahwa proses rebranding ini berhasil merepresentasikan nilai-nilai personal pemilik, karakter kuliner Nusantara dan mancanegara, serta memperkuat positioning Dapur Tok Daddy sebagai restoran keluarga yang autentik dan berkarakter.

Melalui pendekatan visual baru seperti logo, warna, tipografi, hingga media promosi yang konsisten, Dapur Tok Daddy tampil dengan citra yang lebih segar, profesional, dan mudah dikenali. Tak hanya meningkatkan daya tarik secara visual, rebranding ini juga membawa narasi yang lebih kuat mengenai kisah dan identitas brand, menjadikannya lebih relevan dan dekat dengan konsumen lokal maupun internasional.

Dengan demikian, rebranding ini tidak hanya menjadi proses pembaruan tampilan, melainkan juga penguatan fondasi identitas merek yang dapat mendukung pertumbuhan Dapur Tok Daddy dalam jangka panjang.

#### **5.2 Saran**

Penulis menyadari bahwa perancangan ini masih memiliki keterbatasan dalam beberapa aspek. Untuk pengembangan ke depan, dapat dilakukan eksplorasi lebih lanjut terhadap media komunikasi visual lainnya yang mendukung identitas merek. Dapur Tok Daddy juga diharapkan dapat menerapkan elemen-elemen desain baru secara konsisten serta memanfaatkan hasil rebranding ini secara maksimal, agar citra merek yang diinginkan dapat tercapai dan memberikan dampak positif terhadap keberlangsungan dan pertumbuhan usaha.