

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Identitas visual yang saat ini digunakan oleh Goa Lawa Purbalingga (GOLAGA) dinilai oleh manajemen belum konsisten dan belum mencerminkan dengan baik karakteristik gua yang dimiliki. Pada tahun 2020, manajemen GOLAGA telah merencanakan perancangan ulang identitas visual, namun hingga saat ini rencana tersebut belum terlaksana. Dalam rangka mengatasi permasalahan ini, penulis melakukan perancangan ulang identitas visual GOLAGA yang mampu menampilkan karakteristik yang sesuai dengan *positioning* yang ditemukan melalui pengolahan data, yaitu sebagai satu-satunya gua di pulau Jawa yang batuannya terbentuk dari lava membeku.

Dalam proses perancangan ulang ini, penyederhanaan bentuk dari elemen-elemen yang dapat merepresentasikan GOLAGA seperti gua, kelelawar, lava, pohon pinus, dan matahari digabungkan dalam logo dan elemen identitas visual lainnya. Pemilihan warna yang terinspirasi oleh alam, seperti hitam dan oranye, memberikan makna yang dalam dan menciptakan nuansa yang menarik. Penulis juga menyusun pedoman merek (*brand guidelines*) untuk menjaga konsistensi dalam menerapkan identitas visual ke berbagai jenis media seperti baliho, tiket parkir, tiket masuk, peralatan tulis, seragam staf, poster, brosur, merchandise, dan postingan di Instagram., sehingga menciptakan kesan yang profesional dan memudahkan pengenalan identitas visual oleh audiens.

6.2 Saran

Pada penelitian ini, terdapat banyak bagian yang masih dapat ditingkatkan dan dikembangkan oleh peneliti selanjutnya. Perancangan ini dapat dilanjutkan dalam ranah *branding* untuk dapat lebih lagi menyempurnakan kegiatan promosi supaya visi dari GOLAGA untuk dikenal sampai ke kancah internasional/mendunia bisa terwujud.