

BAB VI

PENUTUP

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan mengenai *REDESIGN IDENTITAS VISUAL WISATA ANTAP*, didapat kesimpulan bahwa wisata antap memiliki potensi sebagai destinasi wisata yang dapat berkembang, adanya tempat-tempat seperti air terjun, pasar kuliner dan adanya satu pohon antap yang menjadi nama objek wisata tersebut menjadi beberapa faktor yang bisa menjadikan wisata antap sebagai wisata alam yang bisa berkembang. Wisata antap sebelumnya sudah memiliki logo antap, namun logo wisata antap yang sebelumnya masih belum memberikan sesuatu yang ada pada wisata antap pada logonya.

Ditinjau dari permasalahan tersebut, maka *redesign* identitas visual wisata antap menjadi langkah awal untuk mengatasi permasalahan tersebut, perancangan ulang identitas visual tidak sepenuhnya merubah apa yang ada pada logo sebelumnya yaitu pada tagline, tagline yang sudah ada pada logo sebelumnya akan tetap dipertahankan pada logo yang baru, penulis juga membuat *brand guidelines* yang berfungsi untuk menjaga konsistensi dalam penggunaan identitas visual baik untuk keperluan wisata antap maupun sebagai promosi dan bagaimana cara mengaplikasikan identitas visual pada media.

6.2. Saran

Perancangan ini hanya sebatas merancang pada identitas visual saja, sehingga terdapat peluang untuk melakukan penelitian selanjutnya dalam bidang *branding* untuk dapat lebih lagi menyempurnakan dalam kegiatan promosi, supaya wisata antap dapat di kenal tidak hanya di wilayah banyumas, tetapi juga di luar banyumas.

