

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil merancang ulang *visual identity* Wahana Edukasi dan Outbound Candi Karangemiri, dalam upaya membangun *brand image* yaitu kekeluargaan, edukasi, dan hiburan, serta aplikasinya pada media pendukung. Maka dapat diambil kesimpulan, bahwa tujuan dari *redesign visual identity* tempat wisata ini yaitu membentuk konsistensi dan kesinambungan antar media pendukung dan sebagai upaya untuk memudahkan masyarakat dalam mengenali dan mengidentifikasi, serta menjadi pembeda dari objek wisata sejenis.

Konsep yang dibangun oleh peneliti bertemakan kekeluargaan dan keceriaan, melalui bentuk logo dan pemilihan warna yang *fun*. Dalam menentukan konsep atau ide dasar perancangan, peneliti sudah melalui tahapan mengumpulkan data-data di lapangan melalui observasi, wawancara, dokumentasi dan studi pustaka. Lalu, metode analisis yang digunakan adalah metode analisis SWOT dengan mengamati faktor internal objek wisata yaitu *strength* (kekuatan) dan *weakness* (kelemahan). Faktor eksternal *opportunity* (peluang) dan *threats* (ancaman).

Bentuk implementasi dari konsistensi *visual identity* yang juga menampilkan *brand image* Wahana Edukasi dan Outbound Candi dapat dilihat dari logo, *graphic standard manual* dan media-media pendukungnya. Media pendukungnya antara lain spanduk, umbul-umbul, plang papan nama, brosur, tiket, *stationery set*, stiker, seragam *polo shirt*, topi, masker, *instagram* dan *facebook*.

6.2. Saran

Dalam melakukan penelitian tugas akhir ini, penulis memiliki beberapa saran untuk pembaca atau peneliti yang ingin melakukan penelitian dengan topik sejenis yaitu *visual identity*. Perbanyaklah data-data saat melakukan penelitian, galilah informasi dari berbagai sumber dibanding output visual yang akan dibuat. Alasannya karena data yang diperoleh memiliki peran penting sebagai pondasi dasar perancangan.

Saran untuk peneliti selanjutnya, kedepannya dapat berfokus pada pengembangan media promosi Wahana Edukasi dan Outbound Candi yang dapat berupa desain media promosi baik di media sosial dan media cetak atau bisa berupa video promosi. Adanya perkembangan dan kemajuan dalam hal media promosi akan berdampak pada meningkatnya jumlah pengunjung yang datang ke tempat wisata, semakin berkembangnya tempat wisata, dan meningkatkan ekonomi masyarakat sekitar.

Saran bagi Wahana Edukasi dan Outbound Candi yaitu tetap menjaga konsistensi dalam pemakaian logo di berbagai media, baik cetak maupun visual, karena hal ini berpengaruh pada citra atau *brand image* yang sedang dibangun. Jika penggunaan logo tidak konsisten, dampaknya masyarakat akan sulit mengenali dan sulit mengidentifikasi *brand image* yang ditampilkan oleh Wahana Edukasi dan Outbound Candi. Saran lainnya, rutin mengunggah konten di media sosial sesuai planning konten bulanan yang telah dibuat. Tujuannya agar antara Wahana Edukasi dan Outbound Candi dengan masyarakat atau pengunjung terbangun relasi kedekatan dan interaksi yang baik. Selain rutin mengunggah konten juga perlu untuk mengevaluasi media-media komunikasi yang selama ini digunakan dalam mengenalkan Wahana Candi Karangemiri. Dari hasil evaluasi itu, dapat diidentifikasi kekurangan dalam media yang digunakan, permasalahan yang sedang dihadapi ataupun hal-hal yang perlu diperbarui dalam bermedia komunikasi.