

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Wisata Banjoemas Kota Lama merupakan sebuah wisata yang baru dirintis dan belum selesai dalam pembangunan serta infratuktur oleh sebab itu masih belum memiliki visual branding yang cukup mencerminkan citra dari Kawasan Wisata Banjoemas Kota Lama. Oleh karena itu, perlu adanya sebuah branding yang bertujuan untuk memperkenalkan citra tersebut kepada target audiens. Kegiatan branding ini meliputi proses kreatif seperti pembuatan maskot, pembuatan slogan, dan berbagai perencanaan kreatif lainnya yang bertujuan membentuk persepsi target audiens. Perancangan ini menggunakan analisis kualitatif deskriptif, unique selling proposition, dan positioning yang bertujuan untuk menentukan strategi branding Banjoemas Kota Lama.

Berdasarkan permasalahan dan analisis yang telah dilakukan, penulis merancang branding Banjoemas Kota Lama sebagai kawasan wisata sejarah dan budaya, karena yang ditawarkan pada Wisata Banjoemas Kota Lama ini merupakan tempat tempat bersejarah dan budaya yang masih di selenggarakan tiap minggunya di kawasan Banjoemas Kota Lama. Karena itu, didapatkan sebuah slogan atau tagline “*The Heritage of Cultural*” yang mencerminkan Banjoemas Kota Lama. Perancangan branding ini menggunakan media platfrom *instagram* sebagai media utama. Pemilihan media ini karena *instagram* merupakan platfrom media social yang mudah di akses oleh target audiens dan target market Banjoemas Kota Lama. Di dalam *instagram* terdapat informasi tempat tempat wisata, paket wisata, event yang diselenggarakan, dan merchandising. Dengan perancangan branding Banjoemas Kota Lama ini diharapkan mampu menanamkan citra yang lebih baik, sehingga dapat memperkenalkan dan membesarkan nama Banjoemas Kota Lama kepada masyarakat khususnya di Banyumas dan sekitarnya.

6.2 Saran

Perancangan ini diharapkan mampu menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengembangkan dibidang keilmuan desain komunikasi visual yang lainnya. Pada perancangan ini difokuskan pada branding Banjoemas Kota lama, dan perancangan ini meliputi pembuatan maskot, supergrafis, desain feed instagram, instastory serta media promosi berupa poster, brosur, stiker, dan media promosi lainnya.

Saran bagi penelitian selanjutnya diharapkan melakukan analisis data yang lebih mendalam. Disarankan untuk mempelajari dan memahami keinginan dan kebutuhan objek penelitian sehingga perancangan yang dibuat dapat menyelesaikan permasalahan yang ditemui.