



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1. Kesimpulan

Setelah analisa yang dilakukan penulis mendapatkan bahwa kota Palangka Raya memiliki potensi sama seperti kota lainnya. Saat ini pemerintah kota sedang melakukan pembangunan terhadap infrastruktur kota Palangka Raya dan perbaikan-perbaikan tempat wisata. Promosi yang dilakukan pun telah banyak, mulai dari mengikuti kegiatan di luar, menyebarkan informasi festival/acara apa saja yang akan dilakukan sehingga telah disorot oleh NHK Jepang pada beberapa waktu yang lalu pada saat *Sonar Eclipse*.

Berdasarkan hasil penelitian dan perancangan yang telah dilakukan penulis mendapatkan kesimpulan bahwa hal yang dapat diangkat sebagai konsep perancangan identitas visual ini adalah kultur budaya Dayak yang kental yang terdapat di kota Palangka Raya, dan Festival Isen Mulang yang mengangkat kultur dan susur sungai yang mengangkat natur (alam) sebagai keunikannya, serta *Landmark* yaitu jembatan Kahayan.

Penulis pun mendapatkan *brand positioning* dari kota Palangka Raya yaitu kota yang ingin dijadikan ibukota Indonesia karena Presiden Pertama yaitu Soekarno menyukai kota ini. Untuk wisatawan yang menyukai berpariwisata, khususnya yang berada di daerah Indonesia dan sekitarnya, yang ingin merasakan keunikan kultural, dan fenomena alam, kota Palangka Raya bisa menjadi salah satu tujuan. Dari *brand positioning* penulis menetapkan ikon yang terdapat dalam *logotype* ini terdapat di huruf G. Pada huruf G diberikan simbol burung Enggang,

yang merupakan legenda masyarakat yang dipercaya oleh suku Dayak. Penulis kemudian menerapkan konsep kreatif ini kedalam identitas visual yang terdiri dari logo dan *supergraphic*. Logo dan *supergraphic* ini diterapkan oleh penulis kedalam media-media yang terdiri dari, iklan cetak, media digital, dan souvenir.

Dengan adanya perancangan identitas visual kota Palangka Raya ini penulis mengharapkan dapat menjadi identitas yang dapat menarik *awareness* publik dan dapat menunjukkan kultural peninggalan leluhur yang terdapat dikota Palangka Raya, serta dapat menjadi langkah pertama bagi pemerintah kota Palangka Raya untuk mempromosikan kota Palangka Raya. Identitas visual kota Palangka Raya ini juga diharapkan dapat menjadi cerminan untuk memenuhi visi dan misi dari kota Palangka Raya.

## **5.2. Saran**

Berdasarkan semua pengalaman penulis dalam merancang identitas visual kota Palangka Raya ini, penulis memberikan beberapa saran yang mungkin dapat berguna, antara lain :

Perancangan identitas *brand* merupakan topik yang memerlukan beberapa hal untuk diperhatikan dalam proses perancangannya, antara lain:

1. Perlu adanya penelitian menyeluruh terkait dengan identitas yang menjadi objek penelitian - riset - termasuk di dalamnya bagaimana pandangan atau *image* dari identitas tersebut di mata audiens melalui observasi terkait pengalaman pribadi mereka secara langsung ataupun secara tidak langsung yang berhubungan dengan identitas yang ingin dibangun;

2. Perancangan sistem identitas visual melalui *Graphic Standard Manual* sebaiknya dibuat secara komprehensif, detail, dan mudah dimengerti. Hal ini akan mempermudah pihak-pihak lain yang menggunakannya sebagai panduan dalam penggunaan identitas visual (baik visual ataupun verbal), sehingga maksud dan tujuan yang ingin disampaikan melalui penerapan identitas pada berbagai media pendukung dapat konsisten pemakaiannya.

