



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

Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan merupakan salah satu destinasi wisata dan kawasan cagar budaya yang berada di Jakarta. Namun ironisnya, sebagai satu-satunya lokasi konservasi dan pemberdayaan budaya Betawi yang ada di Jakarta, tingkat *awarness* masyarakat Jakarta terhadap kawasan Setu Babakan masih tergolong rendah.

Hal ini terbukti dari hasil pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner secara *online* kepada 105 responden yang berdomisili di daerah Jakarta dan sekitarnya. Rendahnya tingkat *awareness* ini sedikit banyak disebabkan karena tidak adanya keberadaan identitas visual yang mendukung Setu Babakan sebagai salah satu objek wisata. Ketertinggalan media komunikasi dan promosi Setu Babakan yang masih terbilang konvensional juga memengaruhi rendahnya tingkat *awarness* masyarakat.

Selain itu, banyak juga persepsi dari masyarakat yang menganggap Setu Babakan hanya sebuah lokasi danau biasa, padahal di lokasi ini terdapat berbagai macam kesenian dan kebudayaan khas Betawi yang dapat dinikmati dan dipelajari secara gratis. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan *perancangan destination branding* untuk kawasan ini sehingga diharapkan Setu Babakan dapat menjadi sebuah objek destinasi wisata unggulan

yang ada di Jakarta dan secara tidak langsung mendukung pelestarian dan pengembangan budaya Betawi.

Dengan *branding* yang komprehensif dilengkapi dengan *graphic standard manual* yang digunakan untuk mempertahankan konsistensi dari keseluruhan perancangan branding ini, diharapkan visi misi dan *value* penting dari Setu Babakan dapat tersampaikan kepada masyarakat serta memberi *impact* yaitu meningkatkan potensi Setu Babakan sebagai salah satu objek wisata budaya unggulan di Kota Jakarta.

5.2. Saran

Berikut adalah saran yang dapat penulis sampaikan untuk peneliti lain yang hendak melakukan perancangan *destination branding* untuk sebuah kawasan wisata:

- 1. Melakukan observasi dan riset yang mendalam terhadap destinasi wisata yang hendak di *branding*. Riset ini akan berguna dalam membuat keseluruhan perancangan dan juga mendapatkan *insight* penting yang dapat diangkat sebagai keunggulan dan keunikan kawasan wisata tersebut
- Mencari referensi dan metode perancangan yang sesuai sebagai panduan dalam menyusun sebuah identitas yang tepat dan sesuai untuk sebuah kawasan wisata budaya
- 3. Melakukan eksplorasi dengan observasi langsung ke lapangan, melihat banyak referensi visual yang baik dan memaksimalkan *mind mapping* dan *brainstorming* agar membuka *insight* yang lebih luas

4. Membuat *timeline* kerja yang tepat karena metode pengumpulan data dengan narasumber lembaga instansi pemerintah biasanya memakan waktu dan birokrasi yang cukup panjang.

Diharapkan hasil penelitian perancangan visual *destination branding*Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan ini dapat dilanjutkan atau digunakan sebagai inspirasi penelitian *branding* destinasi wisata budaya lainnya.

