

BAB V

STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN

5.1. Kesimpulan

Dunia Fantasi, taman hiburan pertama dan hingga sekarang masih menjadi yang terbesar di Indonesia, sudah berdiri selama 35 tahun. Tujuan utama didirikannya Dufan hingga sekarang adalah untuk memberikan kebahagiaan dan impian bagi masyarakat Indonesia. Selama 35 tahun Dufan berjalan, banyak hal sudah bergeser seperti perkembangan teknologi hingga timbulnya kompetitor-kompetitor baru yang meraup pasar yang tadinya hanya dikuasai oleh Dufan. Maka, penulis merancang *brand rejuvenation* yang bertujuan untuk mengembalikan relevansi Dufan sebagai sebuah *brand* taman hiburan lewat identitas visual dan gaya komunikasi yang baru.

Walaupun Dufan sudah memiliki nilai-nilai yang baik, identitas visual yang digunakan Dufan sekarang dinilai kurang mengomunikasikan nilai *brand* yang ingin ditonjolkan, tidak berkembang sesuai jaman, serta memiliki inkonsistensi dalam penerapannya pada berbagai media. Sementara, dibutuhkan gaya komunikasi yang tepat dan relevan untuk menyampaikan pesan hingga ke audiens dan membuatnya mudah dimengerti serta menarik untuk dikunjungi. Menurut teori yang didapat, hal ini yang akan membantu dengan menjadi fondasi bagi komunikasi dalam bentuk-bentuk lainnya.

Dengan tujuan untuk menciptakan identitas visual yang baru, perancangan *brand rejuvenation* Dufan dimulai dari pengumpulan dan pengolahan data sehingga sampai pada *big idea* yaitu “*A gateway to a lively, collective, and educative experience*”. Ide ini berasal dari konsep utama sebuah taman hiburan yang menyediakan sebuah dunia yang dapat dinikmati sepenuhnya dan sebebas-bebasnya dan memberikan pengalaman yang menyenangkan dan juga edukatif. *Big idea* ini kemudian menjadi payung bagi perancangan-perancangan lain dibawahnya yaitu untuk penyusunan *moodboard*, perancangan *tagline*, logo, pemilihan tipografi, supergrafis, fotografi, penentuan media, hingga *layout* yang digunakan. Setelah identitas visual sudah selesai dirancang dan media sudah ditentukan, perancangan desain media-media tersebut dimulai.

Hal-hal di atas kemudian dirangkum di dalam pedoman identitas visual yang merangkai hasil-hasil perancangan menjadi satu. Identitas visual tersebut dirancang berdasarkan teori-teori desain yang sudah dipelajari sebelumnya dan disesuaikan dengan relevansi zaman. Adanya pedoman tersebut akan memudahkan *brand* untuk mengomunikasikan identitas dan pesan dengan konsisten dan terarah menurut visi dan misi Dufan sebagai *brand* yang selalu berkembang.

Dalam perancangan ini, penulis menemukan adanya kesulitan untuk merancang kesembilan maskot Dufan, termasuk didalamnya kera bekantan yang

sudah melekat erat sebagai identitas Dunia Fantasi. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pemahaman dan waktu yang dibutuhkan untuk merancang maskot sehingga menjadi kekurangan dari keseluruhan perancangan ini.

5.2. Saran

Perancangan *brand rejuvenation* merupakan hal yang tidak mudah bagi *brand* yang besar dan sudah dikenal seperti Dufan. Hal ini dikarenakan audiens cenderung sudah memiliki persepsi yang kuat terhadap *brand* tersebut, sehingga untuk menciptakan sesuatu yang baru untuk mengalahkan persepsi yang sudah ada dibutuhkan usaha yang lebih dan proses yang panjang. Proses ini harus dilakukan secara tekun dan konsisten untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Dalam menjalani proses tersebut, apalagi di masa pandemi ini yang menyulitkan untuk mencari informasi dan berkomunikasi, akan lebih baik untuk memutar otak dan mencari jalan-jalan lain yang belum dilakukan sebelumnya untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dari berbagai sumber.

Masalah yang mungkin ditemukan adalah dalam mencari akar permasalahan yang ingin dijawab melalui perancangan visual. Seringkali, saat pencarian informasi, terdapat banyak permasalahan dari identitas, tetapi penting untuk fokus kepada satu masalah yang akan dikerucutkan dan dapat diselesaikan dalam tenggat waktu yang disediakan dan kapasitas yang dimiliki. Dalam perancangan visual, yang perlu diingat

adalah untuk mengurangi perfeksionis dan idealisme karena tenggat waktu dan objektivitas yang ada dari orang yang berbeda-beda. Yang juga sering dilupakan adalah jadwal-jadwal akademis yang harus diikuti sambil melakukan perancangan sehingga penting untuk mengatur fokus dan pandangan pada berbagai sisi. Alangkah baiknya jika peserta Tugas Akhir memiliki teman seperjuangan untuk menjaga konsistensi, *pace*, dan progres yang harus dilakukan.

Mintalah bantuan saat dibutuhkan karena orang-orang terdekat baik itu keluarga, teman, atau dosen pembimbing pasti akan membantu mengarahkan dengan baik dan memberikan saran-saran yang efektif berdasarkan pengalaman masing-masing. Cobalah untuk tidak mengalah pada situasi yang ada dan terus berusaha untuk mendapatkan hasil yang paling tidak, tidak akan membuat malu di kemudian hari.