

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Untuk dapat lebih dikenal secara luas, maka sebuah tempat atau destinasi perlu memiliki sebuah identitas tersendiri, sehingga dapat diingat dan dibedakan oleh berbagai tempat lainnya. Oleh sebab itu, penulis merancang *brand identity* untuk Kampung Gerabah Karawang agar Kampung Gerabah Karawang dapat lebih dikenal secara luas dan dapat melakukan promosi dengan baik.

Penulis merancang *brand identity* Kampung Gerabah Karawang dengan mengangkat nilai-nilai warisan budaya dan peninggalan nenek moyang di Kampung Gerabah Karawang, serta nilai kekeluargaan dan keramahan yang dimiliki warga Kampung Gerabah Karawang. Sebagai warisan yang masih diteruskan, maka Kampung Gerabah Karawang menjadi destinasi warisan budaya kota Karawang yang harus dijaga. Pengalaman membuat gerabah yang masih autentik dan sesuai cara nenek moyang menjadi nilai lebih yang dimiliki Kampung Gerabah Karawang, dan penulis mencoba untuk mengangkat nilai lebih tersebut ke dalam perancangan *brand identity* Kampung Gerabah Karawang melalui *brainstorming*, *keywords*, *big idea*, konsep, hingga *brand mantra*. Setelah *brand identity* selesai dirancang, segala aturan penggunaan *brand identity* dan pengaplikasiannya ke dalam berbagai media seperti *business collateral*, *marketing collateral*, *imagery*, hingga *merchandise* kemudian disusun ke dalam *brandbook* atau *Graphic Standard Manual (GSM)*.

5.2. Saran

Berdasarkan pengalaman penulis dalam merancang *brand identity* Kampung Gerabah Karawang, maka ada beberapa hal penting yang perlu diperhatikan dalam proses merancang *brand identity* sebuah destinasi. Pertama, bagi peneliti lain yang hendak merancang sebuah *brand identity* destinasi, maka disarankan untuk melakukan riset yang mendalam secara langsung ke lapangan. Gali informasi dan akar permasalahan yang ada sebanyak-banyaknya, namun tetap memperhatikan tata perilaku, dan kesopanan ketika hendak melakukan riset. Selalu buat janji terlebih dahulu dan bersikap rendah hati. Kedua, ketika melakukan riset, ada baiknya untuk mendokumentasikan temuan dan riset secara lengkap untuk memperkaya *insight*, namun sebelum melakukan dokumentasi, minta izin terlebih dahulu kepada pihak yang bersangkutan.

Penulis berharap bagi para peneliti lain yang hendak melakukan perancangan *brand identity* untuk tetap bersemangat, baik dalam mengumpulkan informasi dan *insight*, merancang strategi, maupun dalam melakukan perancangan. Bagi Kampung Gerabah Karawang, penulis berharap perancangan *brand identity* Kampung Gerabah Karawang dapat berguna bagi Kampung Gerabah Karawang, sehingga Kampung Gerabah Karawang dapat lebih dikenal secara luas dan tetap bertahan dalam melawan arus globalisasi. Penulis berharap kelak Kampung Gerabah Karawang secepatnya menjadi salah satu bagian dari ikon kota Karawang. Selain itu, penulis juga berharap perancangan *brand identity* Kampung Gerabah Karawang ini dapat berguna bagi mahasiswa/i lainnya yang hendak melakukan perancangan *brand identity* sebuah destinasi.