

BAB IV

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kabupaten Pati merupakan salah satu daerah di Jawa Tengah yang memiliki banyak potensi dan memiliki letak daerah yang cukup strategis. Meskipun Kabupaten Pati pernah menjadi daerah yang sepi dan kurang berkembang, namun saat ini telah mengalami banyak perubahan dan mulai menunjukkan bahwa daerahnya dapat maju dan menjadi lebih baik. Di dalam pemerintahannya, sektor industri dan pariwisata menjadi salah satu sektor yang mengambil bagian dalam perkembangan daerah dan memiliki peluang untuk dikembangkan. *City branding* penting untuk dilakukan sebagai identitas daerah serta mendukung meningkatkan potensi sektor industri dan sektor lainnya, dengan daya tarik kekayaan potensi.

Perancangan *city branding* dilakukan mengikuti metodologi perancangan yang ada dan berfokus untuk membangun persepsi terhadap *brand* dan mampu menonjolkan keunggulan daerah. Kegiatan *branding* yang dilakukan diharapkan dapat mencakup seluruh aspek yang ada dalam membangun *brand* yang baik. Perancangan diawali dengan penelitian secara mendalam mengenai *brand* agar lebih mengenal dan mengetahui *brand* seperti apa yang dapat dibangun. Hasil dari penelitian kemudian dirangkum sebagai arahan dalam membangun strategi *brand*. Berdasarkan strategi tersebut, identitas *brand* dapat dirancang dengan *big idea* yaitu kawasan agro minapolitan pengembangan bisnis dan industri strategis dan terpercaya.

Identitas dari *brand* terbangun mulai dari visual, verbal, serta karakter yang diciptakan untuk saling mendukung dan menjadi aspek pembeda dengan daerah lainnya. Elemen identitas yang dibangun sebagai dasar terdiri dari *tagline*, *signature logo*, tipografi, warna, dan elemen grafis. Perancangan elemen identitas menonjolkan keunggulan daerah yaitu kekayaan potensi sehingga mampu menarik investor di bidang investasi dan industri.

Setelah merancang seluruh elemen tersebut, baru identitas *brand* diaplikasikan ke dalam media-media yang berkaitan dengan *brand* dan memiliki fungsi untuk mengkomunikasikan *brand*. Keseluruhan identitas dan pengaplikasian media kemudian diatur ke dalam sebuah panduan yang digunakan untuk menjaga identitas dan konsistensi dari *brand*. Diharapkan dengan adanya perancangan *city branding* ini, Kabupaten Pati dapat semakin dikenal sebagai daerah yang maju dengan potensi industri dan investasi yang menjanjikan.

5.2 Saran

Dalam merancang *city branding*, memerlukan banyak aspek yang perlu dipertimbangkan baik secara internal maupun secara eksternal. Meskipun penulis telah melakukan research secara mendalam untuk merancang identitas ini, namun masih banyak hal yang belum dapat dipertimbangkan dalam merancang identitas. Oleh karena itu, perancangan *city branding* harus dilakukan melalui penelitian secara menyeluruh agar identitas yang terbentuk mampu mencerminkan seluruh aspek daerah mulai dari masyarakat, budaya, pemerintah, hingga target yang ingin dicapai lewat *city branding*.

Perancangan yang telah dilakukan ini masih terdapat banyak kekurangan. Salah satunya adalah *tagline brand*. *Tagline* dari *brand* masih memiliki konotasi yang lebih mengarah pada pariwisata dibandingkan tujuan utama *brand* yaitu industri dan investasi. *Tagline* adalah salah satu aspek utama yang dapat merepresentasikan tujuan *brand*. Oleh karena itu, diharapkan dalam perancangan selanjutnya, pembuatan *tagline* harus menggambarkan nilai-nilai dan tujuan dari *brand* tanpa menciptakan persepsi lain di benak target.

Lewat perancangan *city branding* Kabupaten Pati ini juga, penulis berharap Kabupaten Pati dapat memiliki persepsi yang lebih baik dalam benak audiens, mampu menyampaikan daya saingnya terhadap daerah lain, serta menjadi kontribusi dalam membangun daerah yang lebih maju dan makmur bagi masyarakatnya. Kabupaten Pati tengah melakukan rencana selama penelitian ini berlangsung. Oleh karena itu, diharapkan hasil perancangan ini dapat menjadi salah satu bahan pertimbangan bagi Kabupaten Pati dalam membangun identitasnya.

Penelitian ini juga dapat dikembangkan kembali untuk *city branding* Kabupaten Pati dengan tujuan pariwisata. Untuk penelitian kedepan, hasil perancangan *city branding* Kabupaten Pati ini juga dapat digunakan sebagai referensi penelitian lain terutama topik yang berhubungan dengan *city branding*.