



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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

Solo merupakan salah satu kota terbesar di provinsi Jawa Tengah yang masih kental dengan budaya aslinya. Salah satunya adalah banyaknya kawasan-kawasan yang dapat dijadikan sebagai pusat wisata budaya salah satunya adalah Kampung Laweyan. Sebagai salah satu kawasan cagar budaya, Laweyan sudah dianggap sebagai perkampungan yang memiliki sejarah yang Panjang bahkan sebelum terbangunnya Kota Solo. Dari banyaknya potensi yang dimiliki Laweyan, tempat ini masih sering luput dari banyak wisatawan karena sering menjadi tempat singgahan saja. Hal ini terjadi karena Laweyan belum memiliki sesuatu yang dapat digunakan untuk mengkomunikasikan keunikannya sehingga dapat menjadi objek destinasi wisata unggulan di Kota Solo.

Karena belum memiliki identitas yang khas dalam merepresentasikan potensi dan keunikan yang dimiliki, maka warisan sejarah dan budaya tersebut akan memudar dan tidak terlihat di mata wisatawan, bahkan dapat terancam diklaim oleh negara lain. Dari hal ini dapat disimpulkan bahwa dibutuhkan *branding* yang digunakan untuk membantu mengangkat potensi Kampung Laweyan dan membangun citra yang positif sebagai pusat budaya. Perancangan dimulai dari mencari data, ide melalui *mindmapping* agar didapatkan identitas yang efektif.

Setelah melalui *brainstorming* dan *mindmapping* ditemukan *big ide* yaitu 'Pertemuan Setiap Kisah Sejarah Jawa'. *Big ide* ini tentunya di implementasikan pada setiap poin perancangan pada *tagline* menjadi 'Napak Tilas Seribu Kisah'. Melalui tahap awal juga menjadi wadah dari pembuatan logo dimana memiliki filosofi yang didasarkan dari kata *adventure*, aksara Jawa dan air yang kemudian menjadi dasar lengkungan pada logo yang tersambung dibuat. Selain dari bentuk lengkungan aksara Jawa yang berada di dalam logo, bentuk tulisannya yang

memiliki lebar tebal tipis dan ujungnya yang melengkung juga menjadi salah satu nilai yang dimasukkan kedalam.

Foto-foto yang dipakai menggunakan *filter vintage* untuk mengeluarkan kesan tua dan ramah. Supergrafis juga merupakan simplifikasi dari batik khas Kampung Laweyan yaitu Truntum dan Tirto Tejo. Semua aspek tersebut digabungkan kedalam pedoman identitas visual yang akan mengatur tata cara pemakaian setiap elemen desain yang dibuat di dalamnya. Pedoman identitas visual dibuat sejelas mungkin sehingga dapat dimengerti dan digunakan oleh Kampung Laweyan. Setiap media di dalamnya disesuaikan dengan target audiens yang dituju.

Dengan adanya perancangan tersebut, Kampung Laweyan dapat memiliki identitas yang didalamnya terdapat aturan untuk mempertahankan konsistensi dalam implementasi pada media. Selain itu, dengan adanya identitas, Kampung Laweyan dapat bersaing dengan kampung bersejarah lainnya di dalam Kota Solo maupun di luar Kota Solo. Diharapkan dengan adanya logo resmi yang dibuat Kampung Laweyan dapat memiliki identitas yang merepresentasikan potensi dan keunikan yang dimiliki

5.2 Saran

Dalam melakukan penelitian hingga melakukan perancangan untuk kebutuhan Tugas Akhir, penulis memiliki beberapa saran yang ingin disampaikan untuk penelitian yang akan dilakukan selanjutnya terutama yang akan mengangkat untuk membuat identitas dari suatu destinasi. Penelitian harus dilakukan secara mendalam mengenai destinasi tersebut, ada baiknya bila melakukan observasi, hal ini dilakukan agar dapat memiliki keterikatan dengan tempat dan menemukan hal-hal yang dapat dijadikan sebagai point perancangan. Melakukan studi eksisting juga penting untuk mengetahui bagaimana suatu logo dari destinasi tersebut dapat dibuat dan bagaimana mereka mengaitkannya dengan Kota yang lebih besar agar anatra logo tetap memiliki kenesambungan satu sama lain. Hal yang terpenting adalah

menyesuaikan perancangan identitas *brand destination* sesuai dengan target audiens yang dipilih.

Dengan adanya perancangan *brand destination* ini, penulis berharap bagi mahasiswa lainnya dapat dijadikan pedoman yang dapat selalu diingat saat akan merancang *brand destination* suatu destinasi. Selain itu, penulis berharap perancangan ini dapat menjadi suatu hal yang berguna pada Kampung Laweyan agar dapat terus dikenal sehingga warisan sejarah yang ada didalamnya tidak hilang atau diklaim negara lain. Peneliti lainnya dapat juga melanjutkan perancangan ini sebagai perancangan media promosi agar identitas Kampung Laweyan dapat semakin erat. Bagi peneliti yang ingin melanjutkan penelitian ini, dipersilahkan untuk menjadikan perancangan ini sebagai pembelajaran.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA