



### **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 Simpulan

Kota Semarang yang merupakan ibu kota Jawa Tengah memiliki banyak sekali potensi wisata dan kebudayaan. Salah satunya adalah Kampung Pelangi, sebuah kampung wisata yang mengunggulkan aspek seni dan kreativitas yang unik dan artistik. Kampung Pelangi memamerkan berbagai macam hasil kreativitas dan karya seni, mulai dari mural, lukisan, hingga kerajinan dan cendera mata. Namun, banyak dari masyarakat yang tidak tertarik dan hanya menganggap Kampung Pelangi sebatas perkampungan yang dicat warna-warni. Dari hasil kuesioner, sebagian besar respondenpun belum pernah mengunjungi Kampung Pelangi.

Kurangnya citra dan *image* serta pengenalannya kepada masyarakat berdampak pada jumlah pengunjung. Seiring berjalannya waktu, terjadi penurunan pengunjung sehingga salah satu langkah untuk penyelesaian masalah ini adalah melakukan perancangan *destination branding* untuk Kampung Pelangi. Perancangan ini difokuskan pada nilai, entitas, dan *big idea* yang dirancang, yaitu “*Semarang Adaptive Art and Creativity Gallery*”. Selain itu, lewat *brand mantra*: *creative, lively, dan adaptive*, logo dan identitas visual dikomunikasikan secara lebih efektif kepada masyarakat. Ditambah lagi dengan penggunaan *filter* untuk penerapan pada foto dan *imagery* yang menyelaraskan antara foto satu dan lainnya. Untuk penggunaannya pada berbagai media, disusun sebuah *brand guidelines* yang memberi aturan dalam pemakaian dan penerapan elemen-elemen desain.

Sebuah identitas visual yang baik dan konsisten untuk Kampung Pelangi dihasilkan melalui perancangan *destination branding* sebagai penyelesaian permasalahan yang ada. Diharapkan, Kampung Pelangi dapat bersaing dengan kampung wisata serupa, mengingat *value* dan entitas baru yang dikembangkannya.

## 5.2 Saran

Untuk peneliti selanjutnya yang mengangkat topik serupa, yaitu *destination branding*, diharuskan untuk melakukan riset yang mendalam tentang topik yang diangkat. Karena harus melewati runtutan proses yang panjang, pasti terdapat suatu permasalahan yang ditemukan dalam prosesnya. Proses *brainstorming*, studi eksisting dan studi referensi sangat membantu dalam proses pengerjaan dan perancangan. Sehingga, rancangan yang dihasilkan dapat sesuai untuk solusi dari permasalahan dan relevan untuk audiens yang bersangkutan.

Penulis berharap penelitian yang dilakukan penulis dalam bidang *destination branding* ini dapat berguna tidak hanya bagi penulis, namun juga untuk Kampung Pelangi dan peneliti lain dengan topik serupa. Laporan dan perancangan penulis bersifat terbuka, sehingga dipersilahkan untuk digunakan sebagai referensi atau acuan. Agar dapat memberikan *point of view* dan pandangan yang baru dan berbeda.

