

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Film kini dapat diinterpretasikan sebagai praktik sosial yang melibatkan interaksi yang kompleks dan dinamis antara elemen-elemen pendukungnya. Pencapaian-pencapaian dalam bidang tersebut kini dirayakan dan diapresiasi dalam festival film. Salah satu festival film di Indonesia ialah Bali International Film Festival (Balinale) yang berkontribusi dalam membina hubungan antara Indonesia dan dunia melalui sektor perfilman sejak tahun 2007. Hingga saat ini, Balinale terus berupaya mengembangkan program-programnya agar dapat menjangkau lebih banyak orang. Namun berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, ditemukan bahwa terdapat pandangan atau persepsi yang kurang tepat mengenai festival ini, seperti kesan tradisional atau lawas, identitas yang tidak representatif terhadap perfilman, serta *brand awareness* dan ketertarikan target audiens yang minim dibandingkan dengan festival sejenis. Selain itu, ada pandangan kuat bahwa festival film merupakan acara yang terbatas dan hanya bisa dinikmati oleh orang-orang yang kritis dan memang paham film saja. Padahal, Festival Balinale sebenarnya menawarkan pengalaman menonton yang santai dan sangat terbuka. Keberadaan citra yang representatif terhadap keunikan festival penting untuk membangun reputasi dan *positioning* tertentu dalam jejaring internasional, sebab semakin kuat reputasi tersebut, semakin sebuah festival dimungkinkan untuk memberi lebih banyak peluang dan *exposure* kepada sineas yang didukungnya. Oleh karenanya, Festival Balinale memerlukan *rebranding* melalui perancangan ulang identitas visual.

Perancangan identitas visual Festival Balinale yang baru dilakukan dengan mengikuti lima tahapan perancangan dari Alina Wheeler (2013) dan memiliki fokus untuk membangun kembali citra festival yang representatif terhadap esensi, keunikan, semangat, serta pengalaman menonton yang ditawarkan oleh festival.

Perancangan diawali dengan tinjauan menyeluruh terhadap *brand* dan perkembangannya, baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Insight yang diperoleh kemudian dianalisis dan digunakan sebagai arahan dalam membangun strategi brand yang tepat. Berdasarkan strategi tersebut, keseluruhan perancangan yang telah dilakukan berlandaskan pada *big idea 'a montage of the world's bona fide storytelling in the land of thousand temples'*.

Dalam memperbarui citra festival, aspek identitas yang dibangun meliputi logo atau identitas utama, warna, tipografi, elemen grafis, dan *imagery* atau arahan fotografi. Komponen-komponen identitas tersebut kemudian diaplikasikan ke dalam *touch points* atau media-media yang menjalankan fungsi komunikasi *brand* atau, seperti: *uniform, placemaking, stationery, marketing collaterals, content* atau media informasi, *vehicle*, dan *merchandise*.

Dalam menutup rangkaian perancangan identitas Bali International Film Festival, penulis mengumpulkan seluruh panduan, penjelasan, dan aset-aset visual ke dalam dokumen *brand guidelines* agar sistem identitas yang telah dirancang dapat diimplementasikan secara berkelanjutan ke dalam berbagai media dalam jangka waktu panjang. Pembaruan identitas visual diharapkan dapat menjadi langkah positif dalam mengkomunikasikan semangat *brand* secara lebih baik dan konsisten, memperbaiki citra dan membentuk *positioning* yang sesuai, serta meningkatkan daya saing dan relevansinya di tengah berkembangnya zaman.

5.2 Saran

Penelitian dan perancangan ini tentunya tidak lepas dari kekurangan-kekurangan. Setelah penulis melalui evaluasi dalam tahap sidang akhir, masih ditemukan berbagai aspek perancangan dan realisasi yang dapat diperbaiki atau dikembangkan lebih lanjut. Berikut ini merupakan beberapa masukan yang disampaikan oleh dewan sidang:

1. Logo telah memiliki karakteristik visual yang khas dan representatif terhadap Bali dan perfilman, namun secara fungsional, keterbacaan logo masih perlu ditingkatkan.

2. Seluruh ketentuan penggunaan logo sebaiknya diperinci berdasarkan hierarki dalam sistem identitas, tidak hanya mencakup panduan untuk logo utama saja, namun perlu juga penambahan bagi logo sekunder dan *icon logo* pada beberapa bagian.
3. Penambahan informasi yang lebih konseptual, seperti inspirasi pengambilan warna dan pengembangan bentuk dapat turut dirangkum ke dalam *brand guidelines* untuk membantu pembaca memahami seutuhnya alur berpikir dan *nuance* di balik sistem identitas visual ini.
4. Sistem identitas dapat dikembangkan ke dalam lebih banyak media festival dengan tetap mempertahankan inspirasi dari budaya visual Bali, misalnya pada piala kompetisi.

Festival film merupakan sebuah sektor yang hakikatnya terus bergerak, karya, kegiatan, dan orang-orang yang menjadi bagian dari festival tersebut pun silih berganti. Penelitian dan perancangan yang telah dilakukan ditujukan untuk membantu pihak festival dalam membangun citra yang konsisten dan komunikasi *brand* yang berkelanjutan di tengah tuntutan bagi penyelenggara untuk membawa kebaruan dalam setiap iterasinya. Setelah berdinamika dengan kebutuhan dan berproses dalam menjawab tantangan desain tersebut, berikut ini merupakan saran yang dapat penulis berikan kepada pembaca, calon peneliti atau perancang identitas visual, pihak Festival Balinale, dan Universitas Multimedia Nusantara:

1. Pembaca

Melalui penjabaran proses perancangan dan penelitian yang telah dilakukan, karya ilmiah ini diharapkan dapat membantu pembaca untuk mengenal dan memahami lebih lanjut mengenai pentingnya perancangan identitas visual yang representatif terhadap keunikan dan semangat *brand*, beserta pendekatan dan proses perancangan yang harus dilakukan dalam merealisasikannya.

2. Calon Peneliti

Untuk dapat menghasilkan identitas visual yang representatif terhadap esensi dan keunikan sebuah *brand*, penting bagi seorang desainer untuk

melakukan riset kuantitatif dan kualitatif yang mendalam sebagai landasan awal perancangannya. Pengambilan data dari berbagai sudut pandang merupakan hal yang krusial dalam mengenal sebuah *brand*, sebab *branding* pada akhirnya akan selalu berkaitan dengan persepsi subjektif berbagai pihak. Triangulasi data dapat memudahkan perancang untuk memilah informasi dan klaim mengenai sebuah *brand* untuk memperoleh esensi *brand* yang sungguh unik dan mengakar sebagai landasan perancangan.

3. Festival Balinale

Brand guidelines yang merupakan hasil dari perancangan ini ditujukan tidak untuk membatasi kreativitas, namun memberdayakannya. Adanya dokumen desain ini diharapkan dapat mempermudah Festival Balinale dan kolaboratornya dalam menghasilkan tampilan visual yang khas dan konsisten. Selain itu, proses perancangan yang telah dilalui diharapkan dapat menjadi gambaran dan pembelajaran akan pentingnya membangun dan menjaga citra yang representatif terhadap esensi dan keunikan festival.

4. Universitas Multimedia Nusantara

Melihat adanya ketimpangan antara jumlah mahasiswa Desain Komunikasi Visual (DKV) dan tenaga pengajar yang ada, penulis mengharapkan adanya penyelenggaraan diskusi atau seminar dengan pihak eksternal yang bersifat khusus atau spesifik terhadap media desain yang dirancang oleh para mahasiswa. Hal tersebut dapat membantu para calon peneliti untuk memperoleh *insight* dan berbagi pengetahuan mengenai objek desainnya masing-masing.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A