

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Sebagai sarana hiburan sekaligus edukasi, wisata dengan konsep pengenalan satwa merupakan salah satu alternatif destinasi yang dapat dikunjungi oleh keluarga. BFC Mini Farm merupakan salah satu tujuan wisata satwa di daerah Jabodetabek yang telah berdiri sejak 2010. Tempat ini mengusung konsep edukasi peternakan dengan memberikan pembelajaran terkait perkembangbiakkan hewan-hewan mini, seperti ikan, lobster air tawar, landak mini, kelinci, hamster, dan *sugarglider*. Pengunjung dapat berinteraksi dengan hewan dan melihat proses induknya dari bertelur, menetas, hamil, melahirkan, hingga menyusui.

Meskipun sudah 13 tahun berdiri, BFC Mini Farm masih belum membangun identitas visual yang baik. Selama ini, BFC Mini Farm hanya menggunakan logo Lobster Air Tawar yang merupakan bisnis lain dari pemiliknya. Hal tersebut dapat berpengaruh pada persepsi audiens. Berdasarkan hasil kuesioner, sebagian besar responden pun menganggap BFC Mini Farm sebagai tempat wisata perkebunan, taman bermain, sawah pertanian, peternakan ayam dan sapi, pemancingan atau bahkan sekolah alam. Tidak hanya itu, ketiadaan identitas visual juga dapat menghambat misi BFC Mini Farm, yaitu ekspansi membuka cabang bisnis, karena salah satu syarat perusahaan dapat melakukan ekspansi adalah memiliki identitas visual yang kuat terlebih dahulu.

Langkah yang dapat dilakukan untuk mengatasi masalah tersebut adalah melalui perancangan identitas visual BFC Mini Farm yang dapat memperlihatkan *image* wisata pembelajaran ternak hewan. Perancangan identitas visual ini mengacu pada teori menurut Alina Wheeler. Diawali dengan riset terkait tempat dan target audiens dari BFC Mini Farm, lalu dilanjutkan dengan menyusun strategi perancangan visual dengan menentukan *brand value*, *brand personality*, dan *big idea* yang akan dijadikan sebagai acuan desain, yaitu “Ikatan Erat Penjelajah Si

Mungil”. Identitas visual yang telah dirancang diaplikasikan ke dalam media *touchpoints* yang relevan dengan BFC Mini Farm. Tersusun juga sebuah buku panduan atau *Graphic Standard Manual* (GSM) yang memuat aturan serta panduan aplikasi identitas yang telah dirancang.

Hasil perancangan identitas visual ini diharapkan dapat mengkomunikasikan *image* dan nilai BFC Mini Farm kepada audiens agar kesalahan persepsi dapat teratasi dan meningkatkan *recognition* terhadap BFC Mini Farm.

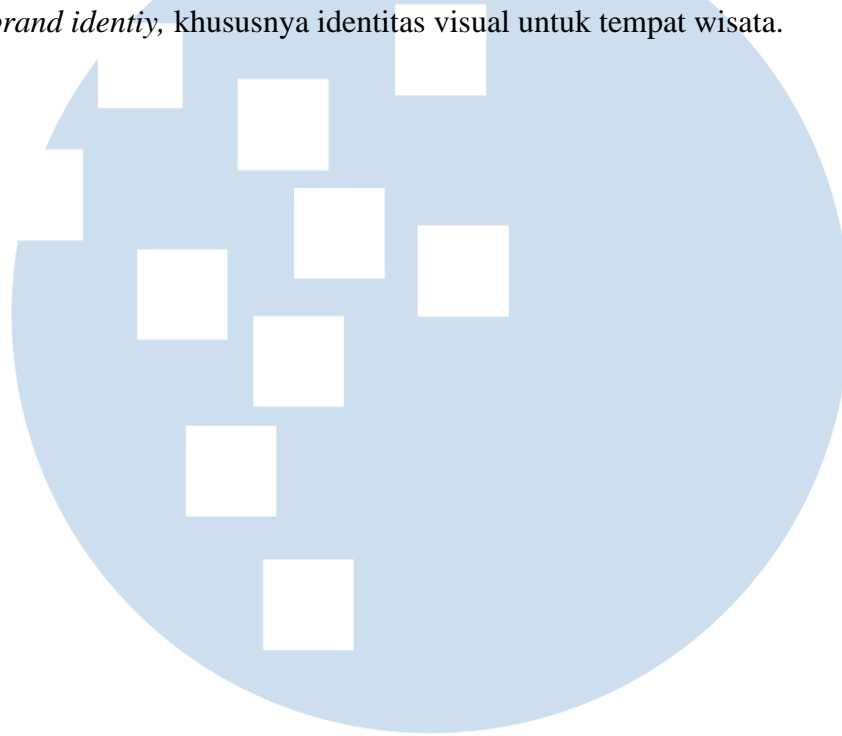
5.2 Saran

Perancangan identitas visual untuk sebuah tempat wisata memerlukan proses yang panjang. Perlu riset yang mendalam atau *brand audit* mengenai topik identitas visual agar memperoleh banyak data informasi dan hasil karya desain dapat mengatasi solusi permasalahan yang ada di lapangan secara tepat. Penulis kurang menggali data sebagai langkah *brand audit* sehingga masih terdapat beberapa kekurangan dalam perancangan, termasuk penamaan *brand* yang dapat diubah karena terlalu panjang serta bentuk visual hewan pada rancangan logo. Data dapat diperoleh dengan bertanya lebih dalam kepada pemilik, konsumen, dan calon konsumen supaya mendapatkan informasi dari berbagai sudut pandang.

Selain itu, perancangan identitas visual harus sesuai dengan *value* serta *personality* merek yang telah ditentukan sebelum proses perancangan. Proses *brainstorming* akan sangat membantu sehingga perlu manajemen waktu yang baik agar proses ideasi dan eksekusi dapat dilakukan secara maksimal. Setelah menyelesaikan perancangan logo, survei uji coba kepada orang lain dapat dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kejelasan dan keterbacaan dari logo yang telah dirancang, khususnya rancangan *typographic logo*, seperti *wordmark* dan *letterform*. Hal tersebut bertujuan untuk meminimalisir kekurangan perancangan serta memastikan bahwa bentuk tulisan logo dapat tersampaikan dengan baik.

Di samping itu, proses perancangan identitas visual dan media kolateral harus dilakukan secara runut, begitu juga pada penulisan laporan, mulai dari referensi, sketsa variasi, proses digitalisasi, revisi, hingga hasil akhir. Dengan adanya

perancangan identitas visual ini, diharapkan dapat bermanfaat bukan hanya bagi penulis, tetapi juga bagi BFC Mini Farm. Perancangan ini pun dapat dikembangkan lebih lanjut atau dijadikan referensi bagi peneliti selanjutnya yang akan mengambil topik *brand identity*, khususnya identitas visual untuk tempat wisata.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA