



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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

Cirebon yang dikenal akan budaya Jawa yang kental menjadi bukti akan keunikan latar cerita dan adat pembangunnya. Memiliki daya tarik kuliner dan kerajinan yang tersebar di seluruh wilayah menjadikan Cirebon sebagai kota wisata yang layak untuk bersaing. Kawasan Kampung Batik Trusmi Cirebon menjadi salah satu daerah yang mampu mengangkat pariwisata dan budaya Cirebon. Hal ini dapat dilihat melalui sejarah mula-mula Trusmi sebagai masyarakat pedukuhan dengan seluruh adat dan budayanya hingga saat ini menjadi ikon batik di Jawa Barat. Berawal lebih dari 3.000 pengrajin otodidak dengan budaya membatik, Trusmi menjadi tujuan wisata yang *top of mind* dari Cirebon hingga akan dilakukan revitalisasi kawasan.

Namun, keterbatasan persepsi masyarakat yang menganggap Trusmi sebatas pusat belanja batik dan pengemasan Trusmi sebagai wisata belanja mempengaruhi identitas dan *image* destinasi. Stagnasi identitas yang mempengaruhi masyarakat dan ekonomi kreatif Trusmi menjadi pertimbangan pemerintah untuk meningkatkan pariwisata Trusmi yang masuk ke dalam klaster budaya. Oleh karena itu, perancangan *brand destination* kawasan Kampung Batik Trusmi mampu mengangkat keunggulan dan nilai serta menjadi identitas yang satu di tengah keberagaman latar profesi masyarakat Trusmi.

Identitas Trusmi dibangun dari *big idea* yakni ‘Ragam Padu Budaya Trusmi’ yang mampu menyampaikan keberagaman wisata budaya Trusmi sebagai identitas penyatu dan didukung oleh *tagline* ‘Rekah Ekspresi Budaya Trusmi’. Lebih dari logo, perancangan meliputi pembangunan sistem elemen grafis melalui warna, supergrafis, tipografi, dan fotografi yang memproyeksikan adat dan budaya yang ekspresif dan hangat. Identitas kemudian diimplementasikan kepada media pendukung sebagai sarana komunikasi kepada audiens yang diatur dalam pedoman identitas visual sebagai acuan penggunaan identitas yang konsisten.

## 5.2 Saran

Dalam perancangan *brand destination* kawasan Kampung Batik Trusmi, penulis melalui serangkaian proses untuk memiliki pemahaman mendalam, baik secara riset ilmiah maupun kreatif. Untuk mencapai solusi yang tepat sasaran, perlu adanya pertimbangan dalam pemilihan dan keselarasan antara target dan objek perancangan. Eksplorasi yang dilakukan tidak lepas dari adanya studi eksisting dan referensi yang dilakukan. Oleh karena itu, saran yang dapat penulis berikan adalah sebagai berikut.

### (1) Bagi Trusmi Cirebon

Perancangan *brand destination* ini dapat menjadi acuan dalam proses pembangunan kawasan Trusmi menjadi wisata yang bernilai budaya dengan potensi pengembangan yang dimiliki. Selain itu, identitas yang konsisten menjadi faktor yang substansial dalam membangun destinasi, khususnya wisata klaster budaya. Oleh karena itu, pengelola dan wadah sebagai wajah destinasi perlu dipertimbangkan.

### (2) Bagi Calon Perancang *Brand Destination*

Perancangan *brand destination* ini dapat menjadi referensi dan acuan untuk memahami topik perancangan. Dalam memilih objek perancangan, perlu dipertimbangkan mengenai akses baik secara kawasan, sumber informasi, dan izin yang diberikan sehingga tidak menghambat proses perancangan selanjutnya. Khusus perancangan *brand destination*, ulik keunggulan sebuah wisata yang dipilih agar mampu menghasilkan perancangan yang efektif dan tepat sasaran.

Setelah melakukan sidang akhir, penulis mendapatkan saran dari dewan penguji mengenai perancangan yaitu sebagai berikut.

- (1) Hindari penggunaan kata yang berulang pada *brand* dan *tagline* khususnya pada jenis *tagline* yang bersifat deskripsi.
- (2) Penerapan identitas dapat diimplementasikan pada gapura atau *signage* selamat datang melalui perancangan sistem identitas maupun penggunaan elemen grafis dari hasil perancangan.