



### **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

Banten merupakan sebuah provinsi yang terletak di ujung barat pulau Jawa yang terkenal akan destinasi wisata alam dan pantainya. Dan Anyer merupakan tren wisata terbesar yang sering dikunjungi oleh para wisatawan Jakarta dan sekitarnya. Desa Wisata Cikolelet merupakan desa wisata yang terletak diujung pantai Anyer. Desa Wisata Cikolelet memiliki keindahan pada sumber daya alam yang menawan dan seni budaya ekonomi kreatif yang melimpah. Namun sangat disayangkan dari keunggulan yang dimiliki oleh Desa Wisata Cikolelet, Desa Wisata Cikolelet mengalami penurunan pengunjung yang diakibatkan oleh pandemic *Covid-19* dan belum ada identitas yang kuat serta media promosi yang baik untuk menaikkan *awareness* kepada masyarakat luas. Maka dari itu perancangan *destination branding* dapat menjadi salah satu cara untuk memperkenalkan Desa Wisata Cikolelet akan keunggulan dan potensi yang dimiliki kepada masyarakat luas.

Dalam merancang sebuah *destination branding* dibuat dengan membangin *positioning* dan persepsi yang baik terhadap Desa Wisata Cikolelet serta menonjolkan potensi dari Desa Wisata Cikolelet. Perancangan *destination branding* dimulai dengan melakukan penelusuran secara mendalam terhadap *brand*. Penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data yang beragam agar informasi yang didapatkan dapat secara mendalam. Penulis juga telah melakukan observasi secara langsung untuk mengetahui kondisi dan potensi desa untuk menentukan target audiens. Setelah mendapatkan data yang diperlukan, penulis gunakan data tersebut sebagai landasan untuk merancang strategi merek. Dari penyusunan strategi *brand* yang telah dilakukan, penulis menentukan *big idea* yaitu “*a place that holds incredible things to explore*”.

Dari *big idea* tersebut penulis menentukan strategi perancangan identitas visual. Perancangan identitas terdiri dari logo yang berbentuk *logogram* dan *wordmark*, *tagline*, tipografi, warna identitas dan elemen visual. Logo yang

digunakan pada Desa Wisata Cikolelet adalah bentuk *abstract mark* yang dibuat dengan bentuk yang minimalis sehingga dapat mudah diingat oleh audiens. Dari bentuk logo tersebut dapat menggambarkan keunggulan yang dimiliki oleh Desa Wisata Cikolelet. Perancangan elemen visual juga dibuat dengan menyelaraskan elemen yang digunakan pada logo yang bertujuan untuk menjaga konsistensi visual yang akan digunakan.

Setelah menyelesaikan perancangan identitas, dilanjut dengan proses pembuatan media yang berguna pada *brand* atau biasa disebut *touchpoints*. Perancangan *touchpoints* dibuat dengan mempertimbangkan kebutuhan yang dibutuhkan pada Desa Wisata Cikolelet. Seluruh perancangan pada identitas maupun media dibuat dalam satu pedoman yang berbentuk buku *brand guidelines*. *Brand guidelines* bertujuan untuk memudahkan jika pihak internal maupun external yang ingin melanjutkan perancangan desain. Dari keseluruhan hasil perancangan dapat menjadi wajah baru Desa Wisata Cikolelet yang diharapkan dapat menjadi potensi besar bagi wisatawan untuk datang dan berbisnis di Desa Wisata Cikolelet

## 5.2 Saran

Perancangan *destination branding* sangat penting untuk melakukan riset yang lebih mendalam terhadap *brand* maupun target audiens yang akan dituju agar dapat mengetahui keunggulan serta kebutuhan pada *brand*. Walaupun sudah melewati proses yang panjang, pasti terdapat suatu masalah yang dapat ditentukan saat menjalankan prosesnya. Setelah itu penulis juga melakukan proses studi eksisting terhadap desa wisata yang terletak berdekatan dengan Desa Wisata Cikolelet untuk menjadi acuan standarisasi Desa Wisata Cikolelet. Setelah itu penulis juga melakukan studi referensi yang dapat memudahkan penulis dalam merancang *destination branding* Desa Wisata Cikolelet.

Perancangan desain untuk Desa Wisata Cikolelet juga menghabiskan banyak waktu untuk melakukan eksplorasi terhadap logo, supergrafis, *tagline* dan pengimplementasian media yang akan dilakukan. Maka dari itu penulis harus dapat *manage* waktu dengan baik pada setiap perancangannya. Selain itu, penulis juga kurang memperhatikan desain media yang akan dicetak sehingga ukuran teks terlihat kurang sesuai dan sedikit sulit untuk dibaca. Setelah itu dalam proses

pembuatan company profile, penulis tidak memberikan total warga desa dan nilai ekonomi desa yang dimana hal tersebut bertujuan agar para wirausaha dapat mengetahui kelebihan dan keunggulan desa untuk menjadi potensi bagi para wirausaha berbisnis di Desa Wisata Cikolelet.

Penulis berhadap perancangan *destination branding* Desa Wisata Cikolelet Banten dapat memberikan dampak positif sehingga menjadi potensi besar bagi masyarakat luas datang ke Desa Wisata Cikolelet. Penulis juga memberikan izin terhadap siapapun yang ingin meneliti lebih mendalam terhadap penelitian ini.

