

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Borobudur Ecocultural merupakan destinasi wisata yang terletak di daerah Borobudur yang memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata khusus dengan keindahan alam dan juga pembelajaran budaya yang ditawarkan. Namun, Borobudur Ecocultural belum memiliki sesuatu yang dapat digunakan untuk mengkomunikasikan keunikannya sehingga dapat menjadi objek destinasi wisata unggulan di Indonesia. Maka diperlukan adanya perancangan identitas visual yang juga mempertimbangkan nilai-nilai budaya, dan pengalaman wisatawan yang unik untuk menciptakan identitas yang kuat dan menarik.

Dalam perancangan identitas visual untuk Borobudur Ecocultural, penulis menggunakan strategi perancangan berdasarkan buku *Designing Brand Identity* oleh Wheeler (2018). Lalu pada perancangan juga penulis menggunakan buku lain untuk menjadi dasar dalam penerapan desain grafis, branding, pengolahan elemen visual dan lainnya. Metode pengumpulan data yang penulis gunakan dalam perancangan identitas visual adalah melalui metode kualitatif. Metode ini mencakup wawancara dan melakukan observasi Borobudur Ecocultural secara langsung. Informasi yang dikumpulkan digunakan oleh penulis sebagai acuan dalam melakukan perancangan identitas visual bagi Borobudur Ecocultural.

Dalam perancangan identitas visual, penulis memulai dengan membuat *mindmap* dan dilanjutkan dengan penentuan *big idea* dan juga konsep perancangan. Lalu dilanjutkan dengan pembuatan logo dan elemen visual lain yang mencakup supergrafis, tipografi, dan warna. Setelah menentukan elemen visual dari identitas visual, penulis melanjutkan perancangan dengan mengaplikasikan elemen visual kepada media yang dibutuhkan oleh Borobudur Ecocultural. Media yang dirancang dibagi menjadi beberapa kategori antara lain adalah *stationary*, aplikasi media print, aplikasi media cetak, aplikasi media ruang dan *merchandise*.

Melalui perancangan identitas visual yang penulis lakukan, diharapkan dapat menjadi bantuan untuk Borobudur Ecocultural dalam memperkuat identitas dari *brand* yang dapat meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai Borobudur Ecocultural dan dapat membantu dalam bersaing dengan competitor. Dan secara tidak langsung diharapkan bahwa perancangan identitas visual ini dapat meningkatkan ketertarikan dari masyarakat sehingga jumlah wisatawan Borobudur Ecocultural kian bertambah.

5.2 Saran

Desainer bukan hanya seseorang yang menghasilkan karya, namun juga seseorang yang dapat membawa dampak melalui tampilan visual. Desainer hadir sebagai solusi dari permasalahan desain yang menggunakan pemikiran kreatif dan dapat memecahkan permasalahan yang ada. Pada perancangan identitas visual, permasalahan dari *brand* menjadi hal utama yang harus diperhatikan.

Sebelum mendesain dengan berbagai bentuk, penting juga bagi desainer untuk mengetahui informasi mengenai persepsi bentuk dari suatu desain menurut kepercayaan atau dari suatu agama. Hal ini dibutuhkan agar tidak terjadinya kesalahpahaman dari bentuk yang telah dibuat dan agar menghindari tindakan menyinggung pihak yang bisa jadi dirugikan.

Selain itu, riset merupakan tahapan penting dalam mendesain. Sebelum mendesain perlu adanya komunikasi dengan pihak *brand* untuk mengetahui permasalahan yang ada dan juga mencari tahu informasi mengenai *brand* mulai dari harapan dan visi. Tahap *brainstorming* dan *mindmapping* mengambil peran yang penting dalam menemukan *keywords* yang dikembangkan menjadi *big idea* yang kemudian digunakan sebagai dasar dalam perancangan. Dalam perancangan identitas visual, media utama yang dihasilkan adalah berupa buku panduan GSM. Perancangan GSM yang ideal diperjelas dengan deskripsi yang dijelaskan secara runtun. Segala sumber dari asset yang digunakan pada GSM juga penting untuk dicantumkan. Seperti gambar, *typography*, atau foto yang digunakan perlu mencantumkan dan memberi kredit kepada penciptanya.