

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Kampung Bandar Senapelan, sebagai cikal bakal Kota Pekanbaru, menyimpan kekayaan sejarah dan budaya yang luar biasa, khususnya melalui tradisi tenun Melayu. Lokasi ini hadir sebagai destinasi wisata budaya yang menjanjikan, menawarkan pengalaman otentik bagi pengunjung yang tertarik pada warisan lokal. Meskipun memiliki potensi besar, Kampung Bandar Senapelan menghadapi tantangan dalam hal konsistensi identitas visual dan strategi *branding* yang terpadu, yang mengakibatkan kesulitan dalam memperluas jangkauan promosi kepada target audiens di luar wilayah Riau.

Sejak lama, Kampung Bandar Senapelan belum memiliki identitas visual yang terstruktur dan terstandarisasi. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, terdapat fragmentasi dalam penggunaan elemen visual seperti *logo*, *typeface*, dan palet warna pada berbagai media promosi yang ada. Kondisi ini menyebabkan citra Kampung Bandar Senapelan kurang kohesif dan sulit bersaing dengan destinasi budaya lain yang memiliki *branding* lebih kuat. Oleh karena itu, langkah krusial yang ditempuh adalah melakukan perancangan destination *branding* untuk Kampung Bandar Senapelan, termasuk penyusunan *Graphic Standard Manual (GSM)* sebagai panduan utama guna menjaga konsistensi visual yang telah dirancang.

Perancangan destination *branding* ini memerlukan pengumpulan data dan informasi mendalam terkait Kampung Bandar Senapelan agar menghasilkan rancangan yang solutif dan tepat melalui kolaborasi berbagai pihak. Berdasarkan hasil riset, sebuah big idea dikembangkan, yang dirancang melalui tahapan metode perancangan *branding* Alina Wheeler yang komprehensif. Penulis juga merancang beragam media kolateral yang terintegrasi, meliputi *advertising* (brosur, *stand booth*, *exhibition booth*, *pole flag*), *ephemera* (*totebag*, *lanyard*, *phone strap*, tas

serut, gelas enamel, gantungan kunci akrilik, pengikat rambut, *twilly*), *packaging* (kain songket, stiker minuman Calengkong), *vehicle branding* (stiker *wrap minivan*), *uniform* (*polo shirt*), dan *placemaking* (resepsionis pusat informasi). Seluruh perancangan ini mempertimbangkan *brand personality* dan *tone of voice* sebagai landasan. Semua elemen *destination branding* tersebut didokumentasikan dalam *Graphic Standard Manual (GSM)* untuk dijadikan acuan.

Hasil akhir perancangan ini berupa identitas visual yang secara akurat mencerminkan *brand identity* Kampung Bandar Senapelan, sehingga destinasi ini dapat mempertahankan *brand positioning*-nya dan senantiasa menjaga konsistensi visualnya. Hasil *beta test* menunjukkan bahwa desain logo dan media Kampung Bandar Senapelan diterima dengan sangat baik, dengan 96,5% responden memberikan penilaian positif. Aspek kejelasan isi konten dan harmoni kombinasi warna mendapat skor tertinggi, sementara daya ingat logo dan representasi identitas destinasi budaya menunjukkan potensi optimisasi minor.

5.2 Saran

Setelah melakukan perancangan *destination branding* Kampung Bandar Senapelan, terdapat beberapa hal yang patut dipertimbangkan sebagai saran. Dalam perancangan *logotype*, misalnya, penting untuk memperhatikan konsistensi sudut anatomi huruf. Perpaduan sudut melengkung dan kaku pada beberapa huruf dapat menciptakan ilusi visual yang membuat *logotype* terlihat naik-turun dan bergelombang saat dilihat dari jarak jauh. Konsistensi dalam desain sudut anatomi huruf akan membantu menciptakan tampilan yang lebih stabil dan profesional. Selain itu, untuk pemilihan media, ada baiknya untuk mempertimbangkan aspek edukasi langsung yang secara visual mencerminkan Kampung Bandar. Dengan demikian, penulis dapat memberikan saran yang bermanfaat bagi dosen/peneliti dan pihak universitas, khususnya untuk mengembangkan permasalahan topik yang serupa di masa datang.

1. Dosen/ Peneliti

Dalam konteks perancangan *destination branding* Kampung Bandar Senapelan sebagai destinasi wisata budaya, langkah fundamental adalah

melaksanakan riset yang mendalam. Insight autentik dari pihak terkait, seperti pengelola, pelaku budaya, atau masyarakat setempat, dapat diperoleh melalui metode penelitian seperti wawancara langsung atau observasi lapangan.

Selanjutnya, penerimaan masukan dari pembimbing atau narasumber harus dilakukan secara terbuka. Meskipun demikian, setiap feedback yang diterima perlu dianalisis ulang secara kritis untuk memastikan relevansinya dengan kebutuhan perancangan, kemampuannya menghasilkan solusi yang optimal, serta kesesuaiannya dengan arah *destination branding* Kampung Bandar Senapelan yang sedang dikembangkan.

2. Universitas

Akses yang lebih luas terhadap sumber data dan literatur terkini diharapkan dapat difasilitasi, guna mendukung proses riset dan perancangan Tugas Akhir (TA) mengenai Kampung Bandar Senapelan. Ketersediaan data yang lengkap dan akurat memiliki peran krusial dalam membantu mahasiswa merancang identitas visual yang sesuai dengan kebutuhan riil destinasi tersebut.

Sebagai referensi dan inspirasi bagi penelitian mendatang, proses perancangan *destination branding* ini dapat dimanfaatkan, khususnya dalam topik-topik seputar pariwisata budaya atau pengembangan visual *branding* destinasi. Dengan demikian, TA ini berpotensi memberikan kontribusi praktis yang signifikan bagi destinasi budaya serupa dalam upaya mereka memperkuat daya tarik wisata dan *brand positioning*.