

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Kota Pontianak terkenal sebagai kota yang dilintasi oleh Sungai Kapuas, yakni sungai terpanjang nomor 1 di Indonesia. Sungai Kapuas dikenal sebagai sungai terpanjang di Indonesia yang memiliki panjang 1.086 kilometer. Sungai Kapuas memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap kehidupan masyarakat Pontianak dari dulu. Sungai Kapuas juga menjadi daya tarik pariwisata dengan keindahan alamnya, wahana kapal wisata, kuliner, dan, atraksi rekreasi. Salah satu destinasi wisata yang memanfaatkan daya tarik Sungai Kapuas adalah Kapuas Waterfront. Namun, hingga sekarang masyarakat belum bisa mengakui potensi wisata yang dimiliki oleh Kawasan Alun Sungai

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, kawasan ini tidak memiliki identitas yang menyebabkan potensi kawasan Alun Sungai Kapuas sebagai destinasi wisata tidak dapat diakui oleh masyarakat sekitar. Solusi yang dapat dilakukan untuk memecahkan permasalahan tersebut adalah dengan menciptakan *destination branding* untuk kawasan tersebut. Proses perancangan diawali dengan melakukan *brainstorming* dengan tujuan dapat memperoleh ide atau solusi desain yang kreatif dan efektif.

Citra Kapuas Waterfront ditampilkan melalui *big idea* yang berbunyi *discover the flow of festivities and diversity in Kapuas*. Aliran yang menampilkan suasana festival dan keberagaman tersebut direpresentasikan oleh bentuk, lekukan, dan tata peletakan huruf-huruf dalam logo Kapuas Waterfront yang menyerupai gelombang air sungai. Kemudian, *festivities* serta *diversity* diwakili oleh warna dan *supergraphic* yang memiliki filosofinya tersendiri. Dalam mengharmoniskan seluruh elemen desain pada media yang, penulis menciptakan dan menggunakan *brand guidelines* yang berfungsi untuk mengatur tata cara peletakkan setiap elemen desain didalam media.

Alhasil, Kapuas Waterfront memiliki identitas visual berupa logo, supergraphic, warna, tipografi, dan fotografi disertai dengan peraturan untuk menonjolkan citra atau identitas khas Kapuas Waterfront. Kemudian, mampu mempertahankan konsistensi pada setiap media desain baik media utama maupun media sekunder atau pendukung.

## 5.2 Saran

Selama berlangsungnya perancangan *destination branding* Kapuas Waterfront, penulis telah melalui berbagai proses perancangan mulai riset informasi, penggalian informasi, pemilahan informasi, *brainstorming*, hingga perancangan desain yang efektif dan kreatif. Berdasarkan proses pengerjaan analisis hingga desain dengan tujuan mampu menjawab pertanyaan yang terdapat pada rumusan masalah serta mencakup permasalahan identitas Kapuas Waterfront. Berikut merupakan saran dari penulis bagi Kapuas Waterfront dan kalangan pembaca, terutama bagi mahasiswa yang memiliki ketertarikan untuk mengambil topik atau proyek mirip:

1. Bagi Kota Pontianak dan Kapuas Waterfront

Laporan ini dapat menjadi panduan bagi pengelola Kapuas Waterfront dalam membangun strategi *branding* yang lebih kuat, baik dari segi identitas visual, promosi, maupun pengelolaan kawasan untuk menarik lebih banyak pengunjung. Hasil perancangan ini memberikan solusi yang berfokus pada peningkatan daya tarik kawasan melalui identitas *brand* yang lebih jelas dan kuat, sehingga dapat menarik minat wisatawan lokal maupun mancanegara. Kemudian, diharapkan pula laporan perancangan ini mampu menjadi referensi bagi pengembangan jangka panjang yang berkelanjutan dan sesuai dengan visi kawasan sebagai destinasi wisata unggulan.

2. Bagi Calon Perancangan *Brand Destination*

Diharapkan perancangan ini dapat menjadi sumber referensi bagi calon mahasiswa yang ingin melakukan penelitian serupa mengenai *destination branding*, khususnya pada kawasan wisata yang membutuhkan identitas atau branding agar mampu menampilkan potensi wisata yang masih belum

diakui oleh masyarakat sekitarnya, serta destinasi wisata berbasis *waterfront* atau kawasan wisata alam ditengah perkotaan.

Setelah penulis melakukan sidang akhir, penulis mendapatkan beberapa masukan dan saran dari dewan sidang mengenai desain pada media Kapuas Waterfront, sebagai berikut.

1. Brosur *Tri-Fold*

Peta kawasan sungai pada brosur terkesan seperti laut, sehingga perlu dimasukkan juga bagian darat atau kawasan seberang sungai Kapuas Waterfront, serta masih kurang lengkapnya kawasan wisata pada peta berupa pasar, tempat makan atau restoran, dan bangunan penting lainnya.

2. *Signage Directional*

Ukuran bentuk dari *signage* terlalu panjang dan kurangnya piktogram yang membuatnya tidak utuh sebagai *signage*.

3. *Signage Orientation*

Perlu dimasukkannya logo pada *signage orientation* untuk merepresentasikan juga peta kawasan atau destinasi wisata apa yang diperlihatkan pada pengunjung wisata.

4. *Brand Guidelines*

Hindari memasukkan *big idea* dalam *brand guidelines* Kapuas Waterfront, *big idea* hanya perlu diketahui atau digunakan hanya oleh penulis.

UIN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA