

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Kesimpulan dari analisis di Bab IV menunjukkan bahwa identitas visual yang dirancang untuk Billiton Ekobeach Retreat telah berhasil memenuhi kebutuhan yang diidentifikasi dalam rumusan masalah. Implementasi konsep *branding* pada berbagai media, baik digital maupun fisik, telah dilakukan dengan konsisten, menggunakan elemen visual yang mencerminkan nilai keberlanjutan, ketenangan, dan profesionalitas. Data dari hasil validasi target audiens melalui kuesioner juga mendukung kesesuaian antara konsep, eksekusi, dan kebutuhan audiens.

Melalui penerapan elemen identitas seperti logo, warna, tipografi, dan supergrafik pada media komunikasi yang relevan, rancangan ini tidak hanya efektif memperkuat citra merek tetapi juga menciptakan pengalaman pengguna yang terorganisir dan mudah dikenali. Dengan demikian, strategi desain yang dilakukan mampu menjawab kebutuhan *branding* sekaligus memperkuat daya tarik Billiton Ekobeach Retreat sebagai destinasi wisata unggulan.

#### **5.2 Saran**

Bagian ini berisi saran yang penulis Tugas Akhir yang diberikan kepada dosen, penulis, atau peneliti dan universitas mengenai hal-hal yang sebaiknya dilakukan pembaca jika berada dalam posisi yang serupa dengan penulis. Saran merupakan masukan mengenai topik lain yang dapat diteliti oleh pembaca. Berisi mengenai masukan dan saran mengenai apa yang harus diperhatikan dan dipertimbangkan oleh calon penulis/peneliti lain yang akan mengembangkan atau mengambil tema sejenis.

1. Dosen/Peneliti

Dosen atau peneliti yang tertarik pada topik *brand rejuvenation* atau identitas visual dalam pariwisata berbasis keberlanjutan sebaiknya fokus

pada penelitian yang mengeksplorasi lebih dalam kaitan antara elemen visual dan perilaku konsumen. Peneliti juga disarankan untuk memperhatikan preferensi dari logo sebuah *resort* yang juga menerapkan *eco-tourism*. Selain itu, penulis juga disarankan untuk mengubah nama menjadi Billiton Ecobeach Retreat agar tidak salah persepsi.

## 2. Universitas

Universitas dapat mendukung mahasiswa dalam eksplorasi topik yang lebih luas, termasuk kolaborasi antara desain dan pemasaran digital. Program studi juga dapat menyediakan akses terhadap perangkat dan teknologi terbaru untuk membantu mahasiswa merancang identitas visual yang responsif dan inovatif. Selain itu, universitas dapat mendorong penelitian multidisiplin antara desain grafis, pemasaran, dan perilaku konsumen, serta menyediakan platform untuk publikasi hasil penelitian guna memperkaya literatur akademis.

