

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Ketidakadaan identitas visual yang diaplikasikan ke berbagai media lainnya akan menghambat masyarakat yang memang berminat untuk berkunjung. Akibatnya, pengunjung tidak mendapatkan pemahaman yang menyeluruh mengenai nilai dan peran Babakan Siliwangi City Forest karena tidak ada identitas visual yang konsisten. Hal tersebut menyebabkan kawasan sulit diidentifikasi sebagai satu kesatuan merek. Perancangan ini ditargetkan pada laki-laki dan perempuan dewasa awal berusia 18-22 tahun yang berdomisili di kota Bandung dan area Jabodetabek.

Maka dari itu, perancangan ini bertujuan untuk membuat identitas visual yang diimplementasikan pada media interaktif sehingga masyarakat dapat dengan mudah mengidentifikasi sekaligus mengakses informasi mengenai Babakan Siliwangi City Forest. Perancangan ini dilandasi dengan teori Alina Wheeler pada bukunya yang berjudul *Designing Brand Identity* (2024) yang terdiri dari lima tahapan yaitu *Conducting Research*, *Clarifying Strategy*, *Designing Identity*, *Creating Touchpoints*, dan *Managing Assets*. Hasil dari perancangan ini adalah identitas visual yang memunculkan citra bahwa Babakan Siliwangi City Forest merupakan tempat yang menjembatani manusia dan alam untuk menjaga konservasinya dan sebagai pemasok oksigen dan tetap mengedepankan keberlanjutan ekosistem dan perannya sebagai pemasok oksigen di pusat kota Bandung. Adapun media sekunder yang berfungsi sebagai pendukung dari keseluruhan identitas visual yang telah dibuat antara lain *mobile site*, *sign system*, dan *tote bag* yang disertai dengan poster untuk pemasarannya. Setiap media dirancang dengan cara mengimplementasikan *touchpoints* identitas yang telah dibuat secara konsisten sehingga menghasilkan *output* yang juga konsisten dengan identitas visual yang telah dibuat untuk Babakan Siliwangi City Forest.

5.2 Saran

Berikut adalah sejumlah saran yang dapat diberikan penulis dalam konteks perancangan tugas akhir. Khususnya bagi pembaca yang kelak akan melakukan penelitian dan perancangan dengan topik yang sejenis. Beberapa saran berikut sekiranya dapat menjadi pertimbangan ketika akan melakukan penelitian dan juga perancangan.

1. Saran untuk Dosen/Peneliti

Penulis telah merangkum sejumlah saran untuk calon peneliti baik dosen dalam merancang identitas visual.

1. Lebih teliti dalam memperoleh dan mengolah data. Khususnya pencarian teori pembuatan logo.
2. Memahami pilar identitas secara mendalam dan menyeluruh sebelum memilihnya sebagai pilar utama dalam Tugas Akhir
3. Memprioritaskan laporan dan karya dengan seimbang.
4. Melakukan riset secara teliti dan terstruktur agar data yang diperoleh dapat dijadikan panduan secara menyeluruh.
5. Memperdalam pemilihan kata kunci agar konsep lebih matang.

2. Saran untuk Universitas

Penulis juga menyarankan universitas agar dapat memperbanyak buku yang berkaitan dengan *branding* dengan versi lebih baru. Penambahan tersebut akan sangat membantu apabila nantinya ada calon peneliti lainnya yang ingin membuat perancangan identitas visual sebagai bentuk perancangan Tugas Akhir.