



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Melestarikan kebudayaan milik negeri merupakan hal yang sudah sepatutnya dilakukan. Salah satu cara pelestarian yang cukup mudah ialah dengan tetap menghidupkan wisata-wisata kebudayaan. Wayang Orang Bharata merupakan salah satu wisata kebudayaan di Jakarta yang masih bertahan di tengah era globalisasi. Seperti yang terdapat dari hasil riset yang telah dilakukan, bahwa banyak dari audiens yang tidak mengetahui keberadaan paguyuban ini. Selain itu juga brand identity yang sudah ada tidak diketahui oleh pengunjung yang sudah berulang kali datang. Dalam menghadapi hal ini, sangat diperlukan *branding* yang baik agar dapat mengkomunikasikan *value* dari wisata kebudayaan ini.

Dalam perancangan *brand identity* dari Wayang Orang Bharata, penulis melakukan riset yang mendalam guna mendapatkan informasi-informasi yang dapat membantu proses perancangan, termasuk menganalisis *awareness* dari paguyuban ini. Kemudian penulis memperkecil fokus dari perancangan untuk mendapatkan strategi *positioning* yang tepat. Setelah melakukan riset, penulis memulai perancangan logo yang akan digunakan sebagai alat utama dalam mengkomunikasikan paguyuban ini. Setelah perancangan logo, lalu dilanjutkan dengan penerapan visual kepada media-media yang dapat digunakan sebagai alat berkomunikasi dengan masyarakat seperti media *digital* atau pun media cetak.

Perancangan ulang *brand identity* yang baik dan penerapannya yang konsisten dapat membantu *brand* diterima dengan mudah oleh masyarakat. Konsistensi yang dimaksud disini ialah konsisten dalam penerapan visual maupun gaya komunikasi sehingga dapat dengan baik menyampaikan *value* dan keunikan Wayang Orang Bharata. Diharapkan dengan perancangan Tugas Akhir ini dapat meningkatkan kembali eksistensi dari paguyuban Wayang Orang Bharata.

5.2 Saran

Dalam proses pengerjaan perancangan ulang *brand identity* dibutuhkan ketelitian dan juga harus diperhatikan dengan baik.

1. Dalam merancang sebuah *brand identity*, harus dilakukan reset dengan sangat teliti, dimulai dari menggali *value* dan keunikan *brand* hingga pendapat masyarakat mengenai *brand* tersebut. Hal ini sangat diperlukan dalam membangun *image* dari *brand* yang ingin disampaikan terhadap masyarakat.
2. Selain merancang *brand identity* yang baik, juga harus dibuat *brand identity guideline* yang dapat membantu banyak pihak-pihak yang hendak menggunakannya sebagai panduan dalam pengaplikasian visual kedepannya. *Brand identity guideline* sebaiknya detail namun juga mudah dimengerti sehingga memperkecil kemungkinan adanya kesalahan dalam pengaplikasian *brand identity*.