

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Perancangan *visual branding* Kampung Budaya Sindangbarang sebagai media promosi wisata budaya Kabupaten Bogor dapat terselesaikan melalui beberapa proses. Setelah melalui proses penelitian dengan melakukan observasi, melakukan wawancara dengan pihak terkait, dan diskusi mengenai kelemahan serta kekurangan apa yang dimiliki Kampung Budaya Sindangbarang. Beberapa kendala yang dihadapi, seperti sulitnya akses lokasi, minimnya tanda-tanda penunjuk arah, serta belum adanya identitas visual yang representatif akhirnya dapat terjawab dengan beragam konsep dan strategi kreatif dari perancangan *visual branding* Sindangbarang ini.

Dari beberapa proses tersebut, dapat ditarik kesimpulan yaitu dengan menerapkan strategi *visual branding* yang terpadu akan menghasilkan identitas visual sebagai pembeda yang unik pada sebuah *brand*. Namun dengan semakin berkembangnya teknologi dan kuatnya kompetisi pasar, maka dibutuhkan lebih dari sekedar pembeda, melainkan kekuatan serta pengelolaan *brand* yang baik dan tepat guna. Mengemasnya dengan gaya visual yang menyesuaikan zaman serta mengimplementasikan elemen-elemen utama *visual branding* yang dikombinasikan dengan media promosi yang tepat, dapat menciptakan sebuah *brand identity* yang kuat, jelas dan terarah.

Eksisnya kampung budaya di media virtual seperti *website* dan sosial media menjadi *long term goal* dari perancangan *visual branding* ini. Dengan membaurkan media *offline* dan *online* yang terpadu tentunya dapat mencapai hasil yang lebih optimal. Sehingga terciptanya *brand positioning* dan *brand awareness* yang kuat di benak target audiens agar dapat mencapai ke tahap *top of mind*. Sehingga tercipta ingatan yang kuat di benak audiens identitas visual Kampung Budaya Sindangbarang sebagai kampung wisata Budaya di Kabupaten Bogor.

Semua proses yang telah dilalui dalam menyelesaikan perancangan *visual branding* ini membuka pikiran perancang untuk terus menggali beberapa aspek keilmuan yang mendukung perancangan *visual branding*.

B. Saran

Dalam melakukan proses perancangan *visual branding* Kampung Budaya Sindangbarang ini, perancang perlu memiliki wawasan mengenai teori *branding*, media baru, dan segala hal yang menyangkut objek yang dirancang. Untuk tersusunnya kegiatan perancangan yang baik, perlu dilakukan secara bertahap. Mulai dari mencari permasalahan yang melatar belakangi perancangan. Mencari data verbal dan visual mengenai kondisi, karakter dan perilaku masyarakat dari tempat/destinasi yang akan di *branding*, serta data lapangan lainnya yang menjadi dasar tahap awal dalam perancangan. Kemudian pada tahap visualisasi desain, perancang perlu teliti dalam menerapkan karakter visual yang menjadi *value* dari objek yang dirancang. Menyampaikan hal yang tradisional namun tetap bisa relevan di era digital seperti sekarang ini, menjadi tantangan tersendiri yang menarik untuk diselesaikan.

Pada perancangan *visual branding* Kampung Budaya Sindangbarang ini, perancang menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan. Banyak pula ide-ide yang belum tersampaikan secara optimal yang disebabkan oleh berbagai faktor, seperti keterbatasan tenaga, waktu, dan biaya. Perancang berharap semoga ‘Perancangan *Visual Branding* Kampung Budaya Sindangbarang Sebagai Media Promosi Wisata Budaya Kabupaten Bogor’ ini dapat memberikan manfaat kepada khalayak yang luas, bagi Kota dan Kabupaten Bogor, Pemerintah Provinsi Jawa Barat, bagi insan kreatif dan mahasiswa desain komunikasi visual. Sehingga mampu memberikan inspirasi dan wawasan dalam merancang sebuah solusi dari permasalahan komunikasi visual, khususnya terkait perancangan *visual branding* yang kreatif dan komunikatif.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Aaker, David. 1996. *Aaker on Branding : Branding menurut Aaker*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Amstrong, Gary & Kotler, Philips. 2004. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta : PT. Indeks
- American Marketing Association. 2008. *Definition of Brand*
- A.B Susanto dan Hilmaw Wijanarko. 2002. *Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta : PT Mizan Publika Jakarta
- Dewi, Ike Janita. 2009. *Creating & Sustaining Brand Equity: Aspek Manajerial dan Akademis dari Branding*. Yogyakarta : Amara Books
- East, R. 1997. *Consumer Behaviour*. London : Prentice Hall
- Intani, Ria dan Andayani, Ria S. 2006. *Upacara Tradisional Seren Taun*. Bogor : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bogor.
- Neumeier, Marty. 2003. *The Brand Gap: How to Bridge the Distance Between Business Strategy and Design*. New Riders Publishing and The American Institute Of Graphic Arts
- Rustan, Suriyanto. 2009. *Layout – Dasar dan Penerapannya*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Rustan, Suriyanto. 2009. *Mendesain Logo*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Rustan, Suriyanto. 2011. *Hurufontipografi*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Sanyoto, Sadjiman Ebd. 2009. *Nirmana: Dasar-dasar Seni dan Desain*. Yogyakarta : Jalan Sutra
- Simamora, Henry, 2001. *Akuntansi Basis Pengambilan Keputusan Bisnis, Jilid Dua, Cetakan Pertama*. Jakarta : Salemba Empat
- Simamora, Bilson. 2003. *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif & Profitabel*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Supriyono, Rakhmat. 2010. *Desain Komunikasi Visual –Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta : C.V Andi Offset
- Tinarbuko, Sumbo. 2015. *DEKAVE Desain Komunikasi Visual - Penanda Zaman Masyarakat Global*. Yogyakarta : Center fo Academics Publishing Service.
- Yananda, M. Rahmat dan Umami Salamah. 2014. *Branding Tempat : Membangun Kota, Kabupaten, dan Provinsi Berbasis Identitas*. Jakarta Selatan : Makna Informasi

Karya Ilmiah

- Ghazali, Zulkarnain. 2015. *Perancangan Visual Branding Kawasan Agrowisata Condet*. Yogyakarta: Fakultas Seni Rupa ISI Yogyakarta.
- Khoirur Rohman, Muhammad. 2015. *Perancangan Visual Branding Demakreatif sebagai Media Promosi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Demak*. Yogyakarta: Fakultas Seni Rupa ISI Yogyakarta.
- Prasetyo, Untung dan Sarwoprasodjo, Sarwititi. 2011. *Komodifikasi Upacara Tradisional Seren Taun dalam Pembentukan Identitas Komunitas*, Bogor : Departemen Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat Fakultas Ekologi Manusia IPB

Pertautan

- <http://www.kp-sindangbarang.com> (diakses pada 6 Februari 2016)
- <http://www.indonesiakaya.com/kanal/detail/menyambangi-bekas-kasepuhan-sunda-di-kampung-budaya-sindang-barang> (diakses pada 10 Februari 2016)
- <http://www.kanal.web.id/2015/08/pengertian-wisata-budaya.html> (diakses pada 6 Mei 2016)
- <https://ruangdosen.wordpress.com/2010/04/04/visual-branding-dalam-periklanan/> (diakses pada 22 april 2016)
- <https://novafirliani.wordpress.com/2013/12/06/seren-taun-kuwera-bakti-kampung-budaya-sindang-barang> (diakses pada 15 Juni 2016)
- http://ejurnal.its.ac.id/index.php/sains_seni/article/download/2797/857 (diakses pada 2016)
- <https://id.wikipedia.org/wiki/Bogor> (diakses pada 13 Februari 2016).
- <https://www.behance.net> (diakses pada 2016)
- <https://www.pinterest.com> (diakses pada 2016)
- <https://www.googlemaps.co.id> (diakses pada Februari 2016)