

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, *branding* membutuhkan lebih dari sekedar pembgunaan. Mengembangkan *brand identity* dikombinasikan dengan *brand identity* yang baik dan tepat untuk zaman serta *branding* yang menciptakan sebuah

Eksistensinya menjadi *long media offline* optimal. Sehingga benak target : ingatan yang Sindangbarang



teknologi dan sosial media dengan membaurkan nilai hasil yang lebih *creativity* yang kuat di *branding*. Sehingga tercipta Kampung Budaya Bogor.

Daftar Pustaka

Aaker, David
Gran
Neumeier, M

Aaker. Jakarta: PT

Distance Between Business Strategy and Design. New Riders Publishing and The American Institute Of Graphic Arts

Rustan, Suriyanto. 2009. *Mendesain Logo*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Simamora, Bilson. 2003. *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif & Profitabel*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama

Yananda, M. Rahmat dan Umami Salamah. 2014. *Branding Tempat: Membangun Kota, Kabupaten, dan Provinsi Berbasis Identitas*. Jakarta Selatan: Makna Informasi

<http://www.kanal.web.id/2015/08/pengertian-wisata-budaya.html> (diakses pada 6 Mei 2016)