

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan perancangan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Festival Budaya Sekala Bekhak masih menghadapi permasalahan berupa belum adanya sistem identitas visual yang konsisten pada berbagai media komunikasi sehingga citra festival sebagai perayaan budaya unggulan Lampung Barat belum terbentuk secara optimal. Kondisi tersebut menyebabkan Festival Budaya Sekala Bekhak belum memiliki karakter visual yang kuat dan berkelanjutan sehingga pengenalan serta asosiasi publik terhadap festival masih bergantung pada konten acara yang diselenggarakan setiap tahunnya. Melalui proses observasi, wawancara, studi pustaka, serta audit visual, diperoleh pemahaman bahwa identitas visual memiliki peran penting dalam membangun persepsi dan citra festival. Oleh karena itu, perancangan ini dilakukan untuk menghasilkan sistem identitas visual yang mampu merepresentasikan karakter Festival Budaya Sekala Bekhak sekaligus memperkuat citranya sebagai festival budaya yang berakar pada tradisi namun tetap relevan dengan perkembangan masa kini.

Konsep "Ruang Hidup Warisan Budaya" dipilih sebagai landasan utama perancangan karena budaya tidak dipandang sebagai peninggalan masa lalu yang bersifat statis, melainkan sebagai ruang hidup yang terus diwariskan, dimaknai, dan berkembang melalui interaksi masyarakat. Konsep tersebut kemudian diterjemahkan ke dalam pendekatan visual modern heritage atau modern etno, yaitu pendekatan yang berupaya menjembatani nilai-nilai budaya tradisional dengan kebutuhan komunikasi visual kontemporer. Dalam proses pengembangan identitas visual, motif kapal, motif pucuk rebung pada kain tapis Lampung serta Siger Saibatin dipilih sebagai sumber inspirasi utama karena memiliki keterkaitan dengan nilai perjalanan, pertumbuhan, serta warisan budaya yang sejalan dengan karakter Festival Budaya Sekala Bekhak. Namun demikian, ketiga benruk tersebut memiliki tingkat kerumitan ornamen yang tinggi serta struktur

visual yang berbeda sehingga tidak memungkinkan untuk diterapkan secara langsung ke dalam sistem identitas visual yang membutuhkan fleksibilitas dan keterbacaan pada berbagai ukuran dan media.

Berdasarkan kondisi tersebut, pendekatan bentuk geometris dipilih sebagai strategi visual untuk menyederhanakan ketiga bentuk tersebut tanpa menghilangkan keterkaitannya dengan makna budaya asal. Penggunaan bentuk geometris tidak semata-mata didasarkan pada pertimbangan estetis, tetapi juga didasarkan pada kebutuhan akan bentuk yang lebih sederhana, mudah dikenali, mudah diingat, serta lebih adaptif terhadap berbagai media komunikasi. Unsur modern diwujudkan melalui proses simplifikasi bentuk, komposisi yang lebih terstruktur, serta karakter visual yang lebih ringkas, sedangkan unsur etno dipertahankan melalui sumber inspirasi yang berasal dari motif budaya Lampung.

Temuan yang diperoleh selama proses perancangan menunjukkan bahwa transformasi motif budaya tradisional ke dalam bahasa visual yang lebih geometris dan kontemporer memungkinkan terciptanya identitas visual yang tetap memiliki keterkaitan dengan akar budayanya, namun lebih relevan dengan kebutuhan komunikasi visual masa kini. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa pelestarian budaya tidak selalu harus dilakukan melalui reproduksi bentuk tradisional secara utuh, melainkan dapat dilakukan melalui proses reinterpretasi visual yang mempertahankan nilai dan makna budaya dalam bentuk yang lebih adaptif. Kebaruan dalam perancangan ini terletak pada proses penggabungan dan transformasi dua motif kain tapis Lampung, yaitu motif kapal dan motif pucuk rebung, ke dalam sistem identitas visual yang menggunakan pendekatan modern heritage atau modern etno. Penggabungan kedua motif tersebut tidak dilakukan secara reproduktif, melainkan melalui proses penyederhanaan dan reinterpretasi bentuk sehingga menghasilkan konfigurasi visual baru yang lebih geometris, fleksibel, dan mampu diterapkan secara konsisten pada berbagai media. Dengan demikian, kebaruan perancangan ini tidak terletak pada penggunaan motif budaya semata, melainkan pada cara

mengolah unsur budaya tersebut menjadi bahasa visual kontemporer yang tetap mempertahankan keterkaitan makna dengan sumber budaya asalnya.

B. Saran

Penerapan hasil perancangan ini disarankan bagi praktisi desain komunikasi visual dan penyelenggara Festival Budaya Sekala Bekhak untuk mengembangkan sistem identitas visual secara konsisten pada seluruh media komunikasi, baik media cetak, digital, maupun lingkungan. Konsistensi penggunaan elemen visual seperti logotype, warna, tipografi, dan elemen grafis turunan perlu dijaga agar mampu membangun citra yang kuat dan mudah dikenali oleh khalayak. Selain itu, pemangku kepentingan di bidang pariwisata dan kebudayaan diharapkan dapat memanfaatkan identitas visual ini sebagai alat promosi strategis guna meningkatkan daya tarik festival serta memperluas jangkauan audiens. Bagi akademisi, hasil perancangan ini dapat dijadikan referensi dalam pengembangan kajian terkait identitas visual berbasis budaya lokal, khususnya dalam konteks festival sebagai medium komunikasi budaya.

Untuk pengembangan penelitian selanjutnya, diperlukan eksplorasi yang lebih luas terhadap elemen budaya yang belum terakomodasi dalam perancangan ini, sehingga representasi visual yang dihasilkan menjadi lebih komprehensif. Pendekatan metodologis juga dapat dikembangkan, misalnya dengan menambahkan metode uji pengguna (user testing) atau evaluasi berbasis persepsi audiens guna mengukur efektivitas identitas visual secara empiris. Selain itu, penelitian lanjutan dapat mempertimbangkan pendekatan interdisiplin yang menggabungkan perspektif desain, antropologi, dan komunikasi, sehingga mampu menghasilkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai relasi antara visual, budaya, dan audiens.

Sebagai upaya mengatasi keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini, disarankan adanya perluasan cakupan data melalui observasi yang lebih mendalam serta pelibatan informan dari berbagai latar belakang, termasuk pelaku budaya, penyelenggara, dan pengunjung festival. Pengujian implementasi identitas visual dalam situasi nyata juga perlu dilakukan secara berkelanjutan untuk memperoleh umpan balik yang lebih

representatif. Dengan demikian, validitas dan tingkat generalisasi temuan dapat ditingkatkan, sekaligus memberikan dasar yang lebih kuat bagi pengembangan perancangan identitas visual pada konteks serupa di masa mendatang.

Penelitian selanjutnya juga dapat difokuskan pada pengukuran efektivitas identitas visual terhadap persepsi audiens, tingkat keterkenalan festival (brand awareness), serta pengaruhnya terhadap pembentukan citra festival setelah identitas visual diterapkan secara nyata dalam penyelenggaraan acara. Penelitian lanjutan juga dapat mengembangkan kajian mengenai strategi komunikasi festival budaya yang mengintegrasikan identitas visual, media digital, dan pengalaman pengunjung secara lebih komprehensif.



DAFTAR PUSTAKA

A. BUKU

- Airey, D. (2010). *Logo Design Love: A Guide to Creating Iconic Brand Identities*. New Riders.
- Itten, J. (1961). *The Art of Color: The Subjective Experience and Objective Rationale of Color*. Reinhold.
<https://books.google.co.id/books?id=bLoQAQAAMAAJ>
- Kotler, Philip., & Keller, K. Lane. (2012). *Marketing management*. Prentice Hall.
- Landa, Robin. (2019). *Graphic design solutions*. Cengage.
- Richards, G. (2007). *Cultural tourism: Global and local perspectives*. Psychology Press.
- Rustan, S. (2021). *Mendesain Logo (Buku 1 dan Buku 2)*. Nulisbuku Jendela Dunia.
- Wheeler, A. (2018). *Designing brand identity: an essential guide for the entire branding team*. John Wiley & Sons, Inc.

B. JURNAL

- Dychkovskyys, S., & Ivanov, S. (2020). Festival Tourism as Part of International Tourism and a Factor in the Development. *Informacijos Mokslai*.
- Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29(3), 403–428.
<https://doi.org/10.1016/J.TOURMAN.2007.07.017>
- Getz, D. (2010). THE NATURE AND SCOPE OF FESTIVAL STUDIES. In *International Journal of Event Management Research* (Vol. 5, Number 1).
www.ijemr.org
- Gürel, E., & Tat, M. (2017). SWOT Analysis: A Theoretical Review. *Journal of International Social Research*.
- Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity. *Journal of Marketing*, 57(1), 1–22.
<https://doi.org/10.2307/1252054>
- Özdemir, G., & Çulha, O. (2009). Satisfaction and Loyalty of Festival Visitors. *International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 170.

- Quinn, B. (2006). Problematising “Festival tourism”: Arts festivals and sustainable development in Ireland. *Journal of Sustainable Tourism*, 14(3), 288–306.
<https://doi.org/10.1080/09669580608669060>;SUBPAGE:STRING:ACCESS
- Sahar, S. (2024). Revitalizing Tradition Through Cultural Festivals: An Effort To Enhance Local Tourism. *Kamara Journal*.
- Shafira Pamuji, F., Mirna Nur Alia Abdullah, dan, & Febra Auralia, D. (2025). *FILOSOFI KAPAL DALAM KAIN TAPIS: MAKNA PERJALANAN DAN KEHIDUPAN DALAM BUDAYA LAMPUNG*. 04.
<https://doi.org/10.22146/jh.628>
- Tushika, & Garg, P. (2025). Cultural Festivals and Their Role in Boosting Tourism in Uttarakhand. *EPRA International Journal of Multidisciplinary Research*, 11(1).

