

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulannya, Identitas visual penting untuk membentuk citra yang kuat pada entitas seperti tempat wisata. Dalam teori *brand awareness* pada tahapan *brand recognition* menunjukkan bahwa desain identitas visual yang efektif membantu pengenalan merek yang kuat. Dalam perancangan identitas visual Desa Wisata Turgo Merapi dengan tujuan menciptakan kesan khas yang mendukung daya tariknya bagi pengunjung. Aspek identitas visual mencakup logo, palet warna, tipografi, dan elemen grafis lainnya, yang diaplikasikan konsisten dalam berbagai media seperti *graphic standard manual*. Rancangan logo yang mencerminkan elemen khas Desa Wisata Turgo Merapi, berperan sebagai pemicu daya ingat yang kuat bagi pengunjung. *Letter mark* menggunakan font Geometr212 BkCn BT, yang mendukung keterbacaan optimal dan memberikan kesan geometris yang memperkuat identifikasi merek berdasarkan teori *brand awareness* pada tahapan *brand recognition*. Warna dalam logo, seperti hijau, kuning-hijau, dan blue-violet, selain estetis, juga sesuai dengan konsep keindahan alam dan budaya lokal. Melalui identitas visual yang kuat diharapkan Desa Wisata Turgo Merapi dapat membangun *brand awareness* yang lebih baik sampai ke tahapan *top of mind*.

5.2 Saran Untuk Content Creator

Untuk content creator selanjutnya alangkah baiknya menjadi pendengar yang baik bagi mitra, mendengarkan segala masalah yang sedang terjadi dan diskusi untuk menemukan solusi dari permasalahan tersebut. Karena dengan mendengarkan masalah yang dihadapi mitra dapat mengidentifikasi apa yang dibutuhkan oleh mitra sehingga penyelesaian masalah dapat diatasi dengan cepat.

Selera dari mitra tentunya beda dengan kreator, oleh karena itu mendengarkan masalah dari mitra merupakan hal utama lalu sebagai kreator cukup menyelesaikan masalah dengan membuat karya visual yang sesuai dengan mitra.

