

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Dalam perancangan ulang identitas visual Desa Wisata Bendo nyawiji ini, penulis menggunakan jenis logo *combination mark* dengan menggabungkan *logogram* dengan *logotype* yang dapat menyampaikan pesan lebih efektif mengenai identitas Desa Wisata Bendo Nyawiji yang merupakan desa wisata berbasis budaya dan alam serta dapat membantu dalam hal media promosi desa wisata. Penulis menggunakan GSM (*graphic standard manual*) untuk memastikan konsistensi dan keseragaman dalam penggunaan elemen-elemen visual. Penulis menggunakan jenis warna *split complementary* yaitu warna biru, hijau, dan warna warna coklat. Warna biru dan hijau memberikan kesan ketenangan dan kesuburan alam untuk mengasosiasikan suasana perdesaan dan menggambarkan alam. sedangkan coklat memberikan kesan kuat, kokoh, dan mewah untuk mengasosiasikan budaya yang masih mengakar sampai saat ini. Untuk pemilihan *font* penulis menggunakan *logotype* Radion yang termasuk jenis *decorative*. *Font* ini dipilih karena memiliki ciri khas yang unik dan dinamis sehingga mudah untuk dikenali serta menyiratkan pesan kebudayaan. Logo baru kemudian diimplementasikan pada media seperti kartu nama, leaflet, spanduk, kaos, topi, buku tamu, payung, tumbler, tote bag, kop surat, stempel, dan stiker.

5.2. Saran

5.2.1. Saran Akademis

Penulis memiliki beberapa saran akademis untuk karya yang telah penulis lakukan :

1. Bagi para desainer atau pihak-pihak yang akan membuat identitas visual suatu objek disarankan untuk menggunakan GSM (*Graphic Standard Manual*) untuk mempermudah penggunaan identitas visual serta memberikan konsistensi suatu identitas visual.
2. Diharapkan para desainer menerapkan prinsip-prinsip desain grafis baik dari teori warna, logo, maupun teks saat pembuatan karya identitas visual untuk mendapatkan hasil yang sesuai dengan kaidah desain grafis.

5.2.2. Saran Praktis

1. Logo saja tidak cukup untuk menjadi identitas visual yang utuh. Perlu strategi lain yang mendukung meningkatnya citra desa wisata. Penggunaan logo dapat lebih maksimal jika memanfaatkan media online, seperti Instagram dan TikTok yang dapat digunakan untuk menjadi media promosi yang efektif. Tidak hanya media online, strategi media komunikasi tradisional juga memiliki peran yang penting dalam mempromosikan dan memperkuat citra desa wisata, seperti pemasaran, hubungan masyarakat, dan kampanye.
2. Setelah pembuatan identitas visual dan GSM (*Graphic Standard Manual*), penulis menyarankan *content creator* selanjutnya untuk mengadakan pelatihan untuk elemen masyarakat yang ada di Desa Wisata Bendo Nyawiji, khususnya pengurus desa wisata, karang taruna, dan pelaku UMKM, pelatihan ini ditujukan untuk mengedukasi bagaimana penggunaan identitas visual yang baik dan benar dan mengajak mereka untuk mengimplementasikan identitas visual secara konsisten untuk membantu media promosi desa wisata.

3. Untuk proyek dengan objek yang sama dapat dibantu untuk membuat iklan audio visual yang menarik untuk mengembangkan proses promosi, dan membuat strategi pemasaran untuk menjangkau target lebih luas.
4. Memperbanyak cetakan merchandise maupun media promosi lain dan mengencarkan promosi di media sosial untuk meningkatkan eksistensi desa wisata.

