

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Logo merupakan suatu hal yang penting bagi sebuah lokasi wisata, dengan adanya logo yang baik dengan konsep yang kuat, masyarakat akan dengan mudah mengingat lokasi wisata tersebut. Keseragaman lokasi wisata juga merupakan hal yang penting, dengan adanya keseragaman di dalamnya, maka lokasi wisata tersebut akan tampak lebih terstruktur dan solid.

Selain menguatkan identitas, hal penting lainnya adalah promosi. Promosi merupakan cara paling efisien untuk mengundang masyarakat datang ke lokasi wisata. Promosi pun harus disesuaikan dengan target yang ingin dijangkau sehingga pesan yang ada di dalam promosi dapat tersampaikan. Promosi tidak disusun untuk mengundang saja, sebaiknya promosi juga dirancang dengan tujuan untuk mensosialkan lokasi wisata tersebut. Dengan banyaknya masyarakat yang berkunjung, maka pendapatan akan meningkat, dari hasil pendapatan tersebut, pengelola dapat menggunakannya untuk mengembangkan lagi potensi maupun fasilitas yang ada.

Keseragaman dan *wayfinding* yang baik juga menimbulkan reaksi positif bagi pengunjung. Pengunjung yang berada di dalam kawasan wisata akan selalu mencari petunjuk jalan, karena itu pengelola harus menempatkan *sign system* di lokasi-lokasi yang pas sehingga mempermudah pengunjung. Pengelola juga sebaiknya mengatur sedemikian mungkin agar *sign system* yang dipajang dapat meningkatkan perhatian masyarakat mengenai identitas lokasi wisata.

5.2 Saran

5.2.1 Saran kepada pihak pengelola Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda

Pihak pengelola sebaiknya meningkatkan visualisasi desain yang ada di dalam Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda sehingga pengunjung yang datang memiliki kesan dan kenangan

yang menarik, selama ini Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda nampak tidak terlalu memperdulikan sign system di dalamnya dan dibiarkan begitu saja. Masih banyak potensi-potensi yang dapat dimanfaatkan oleh desainer grafis agar dapat meningkatkan nilai Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda.

Selain itu pengelola sangat diharapkan untuk melakukan promosi yang lebih kepada masyarakat. Hasil survey menyatakan bahwa hampir semua responden belum pernah melihat iklan dari Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda.

5.2.2 *Saran kepada Mahasiswa Desain*

Banyak celah yang dapat dimanfaatkan oleh para mahasiswa desain untuk mengembangkan visual desain dari Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda, mulai dari branding, sign system, video promosi dan sebagainya. Promosi pun dapat dipilah menjadi beberapa konsep berdasarkan konsep maupun targetnya.

Sign system yang masih belum diolah pun merupakan peluang yang besar bagi para desainer grafis untuk dikembangkan. *Sign system* yang baik dan unik dapat menarik perhatian masyarakat untuk datang kembali.

Para mahasiswa yang ingin melakukan penelitian di sana pun sebaiknya menyiapkan bahan dan mengambil data sejak jauh-jauh hari karena tidak sedikit mahasiswa yang sedang melakukan tugas akhir di sana. Administrasi yang masih kurang terkelola harus memaksa para mahasiswa untuk beberapa kali ke kantor pengelola untuk mengambil data. Sebaiknya para mahasiswa meminta surat pernyataan dari kantor pengelola sehingga ketika melakukan penelitian maupun pengambilan data tidak dipertanyakan lagi oleh para pekerja

Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda lainnya, karena kurangnya koordinasi antar pekerja.