

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Taman Hutan Raya (Tahura) Lempung merupakan salah satu taman hutan raya yang dibuka untuk umum sebagai destinasi wisata dan juga sebagai tempat pelestarian alam yang dimiliki oleh Kota Surabaya. Hal tersebut merupakan upaya Kota Surabaya untuk menjadi Green City, sehingga taman aktif terus ditingkatkan dan juga dimaksimalkan menjadi tempat wisata. Akan tetapi, eksistensinya kurang dikenali oleh masyarakat Kota Surabaya dan sekitarnya dikarenakan *branding* yang dimiliki belum kuat dan maksimal. Berdasarkan permasalahan tersebut maka Taman Hutan Raya Lempung memerlukan upaya rebranding agar citra dan potensi wisatanya dapat dikenali oleh masyarakat Kota Surabaya dan sekitarnya serta menjadi destinasi wisata pilihan masyarakat.

Perancangan ini telah melalui proses pengumpulan data melalui data primer dan sekunder, proses analisis data, perumusan konsep, hingga implementasi desain untuk mendukung dan mewujudkan perancangan *rebranding* yang sesuai dengan Taman Hutan Raya Lempung. Perancangan ini menghasilkan media utama berupa logo dan buku GSM (Graphic Standard Manual). Media pendukung berupa *template* media sosial Instagram, *sign system* (*identification sign*, *directional sign*, dan *interpretive sign*), *banner*, *photobooth*, seragam petugas (kaos polo dan topi rimba), *stationery* (buku catatan, amplop, dan *id card*), dan *merchandise* (*totebag*, *backpack*, *memopad*, gantungan kunci, dan *sticker*). Melalui perancangan ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat Kota Surabaya dan sekitarnya terhadap Taman Hutan Raya Lempung serta dapat memperkuat citra dan potensi wisatanya agar dapat bersaing dengan wisata serupa.

5.2 Saran

Perancangan ini telah melalui serangkaian proses penelitian sehingga menciptakan hasil perancangan yang sesuai dengan objek perancangan dan target audiens. *Rebranding* Taman Hutan Raya Lempung ini diharapkan dapat diterapkan secara nyata dan konsisten sehingga wisata tersebut memiliki *branding* yang kuat dan maksimal agar dapat diingat dibenak masyarakat Kota Surabaya dan sekitarnya. Selain itu, laporan perancangan *rebranding* ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan peneliti berikutnya.