

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan perancangan identitas visual pariwisata Kabupaten Ende, dapat disimpulkan bahwa Kabupaten Ende memiliki potensi wisata yang sangat beragam, meliputi wisata alam, budaya, dan sejarah yang menjadi daya tarik utama daerah. Keberadaan Taman Nasional Kelimutu sebagai ikon wisata Kabupaten Ende menjadi kekuatan utama yang mampu merepresentasikan karakter pariwisata daerah karena memiliki keunikan visual, nilai budaya, serta makna yang kuat bagi masyarakat setempat. Hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa hingga saat ini Kabupaten Ende belum memiliki identitas visual pariwisata yang secara khusus mewakili sektor pariwisata daerah. Media promosi yang digunakan masih menerapkan berbagai elemen visual yang berbeda-beda dan cenderung menggunakan identitas visual umum seperti Wonderful Indonesia, identitas Flores, maupun identitas Kabupaten Ende. Kondisi tersebut menyebabkan citra pariwisata Kabupaten Ende belum terbentuk secara konsisten dan belum memiliki pembeda yang kuat dibandingkan destinasi wisata lainnya.

Melalui proses analisis data, analisis pembandingan, dan analisis SWOT, diperoleh gambaran bahwa perancangan identitas visual menjadi salah satu solusi yang dapat dilakukan untuk memperkuat citra destinasi wisata Kabupaten Ende. Identitas visual yang dirancang mengangkat nilai-nilai yang terdapat pada Taman Nasional Kelimutu sebagai sumber inspirasi utama, kemudian diterjemahkan ke dalam bentuk visual yang mampu merepresentasikan keindahan alam, kekayaan budaya, serta karakter khas Kabupaten Ende. Hasil perancangan menghasilkan sebuah sistem identitas visual yang dapat diterapkan secara konsisten pada berbagai media promosi, baik media cetak maupun digital. Dengan adanya identitas visual yang terintegrasi, diharapkan promosi pariwisata Kabupaten Ende dapat menjadi lebih terarah, mudah dikenali, serta mampu memperkuat positioning Kabupaten Ende sebagai salah satu destinasi wisata unggulan di Provinsi Nusa Tenggara Timur.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan perancangan yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1 Bagi Dinas Pariwisata Kabupaten Ende

Dinas Pariwisata Kabupaten Ende diharapkan dapat memanfaatkan hasil perancangan identitas visual ini sebagai salah satu sarana untuk membangun citra destinasi yang lebih kuat dan konsisten. Selain itu, identitas visual yang telah dirancang perlu diterapkan secara berkelanjutan pada berbagai media promosi sehingga masyarakat dan wisatawan dapat lebih mudah mengenali karakter pariwisata Kabupaten Ende.

1. Bagi Pengembangan Pariwisata Kabupaten Ende

Penguatan citra destinasi tidak hanya dilakukan melalui identitas visual, tetapi juga perlu didukung oleh peningkatan kualitas layanan wisata, pengelolaan destinasi, serta promosi yang aktif melalui media digital. Dengan adanya sinergi antara identitas visual dan strategi promosi yang baik, potensi wisata Kabupaten Ende dapat dikenal lebih luas oleh wisatawan domestik maupun mancanegara.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini masih berfokus pada perancangan identitas visual dan implementasinya pada media promosi. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian pada tahap evaluasi efektivitas identitas visual terhadap peningkatan citra destinasi, tingkat pengenalan merek (brand awareness), maupun pengaruhnya terhadap minat kunjungan wisatawan ke Kabupaten Ende.

DAFTAR PUSTAKA

- Afiifah, N., & Sudiani, Y. (2025). *Perancangan identitas visual wisata alam D'Latexs Tanggo di Kabupaten Lima Puluh Kota*.
- Albet, & Dewi, I. (2019). *Metode penelitian kualitatif*.
- Anggrismono, & Aviva. (2023). *Pariwisata sebagai sektor pembangunan daerah*.
- Candias, M. R., & Suyanto, B. (2024). *Perancangan visual brand identity Desa Sungsang*.
- Chrestiana. (2020). *Pariwisata sebagai sektor strategis dalam pembangunan daerah*.
- Hadi, dkk. (t.t.). *Pengembangan citra destinasi melalui strategi komunikasi visual*.
- Harsanto. (t.t.). *Desain komunikasi visual*.
- Jaya, K. P. P. (t.t.). *Videografi sebagai media komunikasi visual dalam promosi pariwisata*.
- Putra, K. A. Y., & Pahlevi, A. S. (2025). *Perancangan city branding berupa visual identitas sebagai upaya penguat citra pariwisata Kota Singaraja*.
- Putra, R. W., dkk. (t.t.). *Teori warna dalam desain komunikasi visual*.
- Putri, A. A., dkk. (2025). *Branding pariwisata sebagai strategi membangun citra destinasi*.
- Trisnawati, D., & Ananta. (2026). *Perancangan visual branding Desa Wisata Green Talao Park Pariaman sebagai media penguatan citra, identitas, dan daya saing destinasi wisata*.
- Usman. (2025). *Prinsip desain komunikasi visual dalam perancangan identitas visual*.