Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Pestaraya Bromo merupakan festival atau rangkaian kegiatan yang diselenggarakan oleh PT. Jazz Gunung Indonesia bekerja sama dengan Pemerintah Kabupaten Probolinggo dan Pemerintah Kota Probolinggo. Pestaraya Bromo pertama kali dilaksanakan pada tahun 2013 yang mencakup Pestaraya Seni Rakyat, Pestaraya Kuliner, Pestaraya Jip, Pestaraya Sepeda Gunung, dan Pameran Seni yang berupa kegiatan pameran dan loka karya seni.

Sebagai acara yang baru pertama kali diselenggarakan, banyak target pengunjung yang belum mengetahui tentang terselenggaranya Pestaraya Bromo. Berdasarkan observasi yang dilakukan, hasilnya menunjukkan bahwa sebagian responden tidak mengetahui penyelenggaraan Pestaraya Bromo yang diselenggarakan pada bulan Juni 2013. Oleh karena itu dibutuhkan publikasi melalui media promosi yang dapat meningkatkan popularitas dan kesadaran target pengunjung akan Pestaraya Bromo berikutnya pada tahun 2014.

Fotografi merupakan elemen utama perancangan media, agar target pengunjung dapat memiliki gambaran mengenai acara yang baru diselenggarakan sebanyak satu kali ini. Seluruh media cetak memiliki kesatuan antara satu dengan yang lain dengan menenmpatkan elemen fotografi yaitu foto pemandangan Pegunungan Bromo – Tengger – Semeru saat matahari terbit yang merupakan pemandangan yang paling terkenal kita pengunjung berwisata ke kawasan

Perancangan Media ..., Anindyajati Handaruvitri, FSD UMN, 2014

Gunung Bromo. Dalam perancangannya, desain media promosi didukung dengan elemen visual geometris yang berupa persegi yang mengacu pada target pengunjung Pestaraya Bromo 2014 yang merupakan dewasa muda yang tinggal diperkotaan dan bersifat modern. Perancangan ini juga akan menampilkan lima acara yang termasuk dalam Pestaraya Bromo yang dibentuk dengan elemen geometris persegi.

Perancangan media promosi ini diharapkan dapat memberikan gambaran terhadap target pengunjung mengenai penyelenggaraan Pestaraya Bromo 2014 sehingga dapat menarik perhatian para target pengunjung untuk datang memeriahkan rangkaian lima pestaraya ini.

5.2. Saran

Saran bagi para pembaca apabila ingin melakukan perancangan sebuah desain khusunya media promosi, diharapkan untuk melakukan strategi terlebih dahulu, kemudian melakukan perancangan konsep, dan terakhir eksekusi kreatif. Dalam periklanan, strategi dapat berasal dari kelebihan produk, bagaimana produk itu digunakan, latar belakang target, atau kombinasi lainnya. Ketiga hal tersebut harus dilakukan secara berurutan agar mendapatkan hasil perancangan yang maksimal.

Perancangan Media ..., Anindyajati Handaruvitri, FSD UMN, 2014