



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.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Setelah melakukan berbagai penelitian dalam bentuk observasi pada toko-toko buku sekitar daerah Tangerang, mencari berbagai teori yang menjadi tinjauan pustaka dan referensi yang berkaitan dengan pembuatan karya ini, serta melakukan wawancara dengan seorang psikolog Chrysant Karmadi, M.Psi.. Setelah itu penulis melakukan penyebaran kuesioner berdasarkan data-data penelitian yang didapatkan kepada anak usia 7-9 tahun. Penulis menyimpulkan bahwa target banyak tidak mengetahui cerita Pendekar Cisadane. Cerita Pendekar Cisadane sebenarnya cerita yang harus diceritakan kepada target khususnya daerah Tangerang untuk mengetahui cerita rakyat dari daerah asalnya sendiri. Dalam proses pembuatan buku ini diketahui bahwa pembuatan buku harus dapat mencapai target dengan rentang umur 7-9 tahun. Setelah melakukan beberapa penelitian, penulis mendapatkan gaya gambar, warna, dan aspek pendukung lainnya untuk pembuatan buku ini. Semua gambar yang ada di dalam buku ilustrasi ini menggunakan teknik gambar secara *digital painting* dan menggunakan *outline* yang tidak tegas. Teknik gambar ini yang menjadi ciri khas dari buku ilustrasi Pendekar Cisadane. Maka dari itu, dengan penyesuaian pada kebutuhan anak 7-9 tahun dan tema dari buku ini, penyampaian alur cerita akan menjadi lebih mudah diterima oleh target, sehingga nantinya target dapat mengetahui dan meneruskan cerita dari daerah Tangerang.

5.2 Saran

Untuk pengembangan penelitian berikutnya penulis menganggap perlu adanya penelitian lebih mendalam secara psikologis terhadap unsur-unsur komunikasi visual yang dapat di terima oleh target dan juga penelitian tentang keunikan dari kota Tangerang. Cerita Rakyat Tangerang secara spesifik belum dijual di pasaran. Akan lebih baik bila dikembangkan menjadi media interaktif lain seperti *Pop up* atau animasi untuk menambah minat target untuk mengetahui cerita rakyat ini.



UMN