



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

Berdasarkan masalah yang ada, penulis membuat promosi obyek wisata Pangkalpinang untuk memberikan informasi kepada masyarakat dan mengajak mereka berkunjung ke Pangkalpinang. Oleh karena itu penulis melakukan proses perancangan dengan mengumpulkan data secara kualitatif dan kuantitatif (wawancara narasumber, observasi terhadap target, studi dokumen dan menyebarkan kuesioner). Penulis juga melakukan kajian teori terhadap perancangan promosi, pesan, teori tentang desain dan media promosi.

Setelah data terkumpul, penulis mengolah data tersebut dengan membuat kedalam *mind map*. Penulis juga mencari pesan untuk disampaikan kepada target sebagai strategi komunikasi dalam perancangan. Penulis juga membuat *mood board* dan visualisai target untuk membantu dalam merancang promosi. Big Idea yang didapat oleh penulis adalah short escape long memories. Perancangan visual meliputi foto, tipografi dan ilustrasi. Foto adalah elemen utama yang mengkomunikasikan pesan. Penulis menggunakan teknik persuasi partisipasi dimana dengan jalan mengikutsertakan seseorang atau orang banyak dalam suatu kegiatan atau upaya dengan maksud menumbuhkan perhatian.

Pesan dan visual yang diaplikasikan pada media-media mempertimbangkan budget yang tersedia. Media utama yaitu billboard diletakkan di 5 kota yaitu Jakarta, Pekanbaru, Jambi, Lampung dan Palembang sedangkan

web banner dipasang di situs-situs yang berhubungan dengan liburan seperti agoda, traveloka, dan lain-lain. Media pendukung seperti x-banner, flyer, brosur dan merchandaise menjadi satu paket dalam kegiatan pameran.

5.2. Saran

Penulis menyadari penelitian yang dilakukan tidaklah sempurna. Oleh karena itu penulis dapat menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk lebih dalam mengetahui kepada siapa perancangan hendak ditujukan, melakukan identifikasi secara spesifik dan mengenal target lebih mendalam. Misalnya seperti apa kegiatan mereka, apa yang mereka bicarakan, bagaimana interaksi target dengan sesama dan sebagainya. Hal tersebut akan memudahkan peneliti untuk menentukan strategi promosi, merancang pesan, visual serta copywriting. Saran untuk Dinas Pariwisata Pangkalpinang, yaitu agar terus mengembangkan fasilitas dan akomodasi yang ada terutama obyek wisata di Pangkalpinang.

UMMN