



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

Kook Festival sudah melakukan promosi sebelumnya, namun promosi tersebut dilakukan secara organik, tidak dilandasi dengan dan perancangan yang tepat sehingga menyebabkan rendahnya ketertarikan dan informasi terhadap *surfer* lokal, selain kurangnya promosi dari Kook Festival salah satu penyebab lainnya adalah promosi yang dilakukan kompetitor lebih berkonsep dan menggunakan media yang sesuai dengan target sasaran, melihat hal ini, penulis merasa Kook Festival membutuhkan promosi yang dapat memperkenalkan dan menginformasikan *value* kepada *target audience*, dalam perancangan ini penulis menggunakan pengumpulan data kualitatif, yang nantinya menjadi acuan penulis untuk menentukan konsep dalam merancang promosi Kook Festival.

Untuk mendapatkan *Big Idea* dari perancangan promosi Kook Festival, penulis membuat dahulu *mind mapping*, kemudian dari langkah tersebut *Big Idea* dari perancangan ini adalah “*when surf is fun you will get your freedom*”, pesan yang ingin disampaikan adalah “Kook Festival adalah *event surfing Batu Karas* yang *fun* yang tidak mengacu pada peraturan *surfing* dunia.” Dengan pesan tersebut diharapkan *target audience* mengetahui akan adanya festival *surfing* di Batukaras dan tertarik untuk menjadi peserta dan datang ke Kook Festival.

Perancangan promosi menggunakan metode AISAS (*attention, interest, search, action* dan *share*). Hal tersebut dilakukan agar pesan yang disampaikan

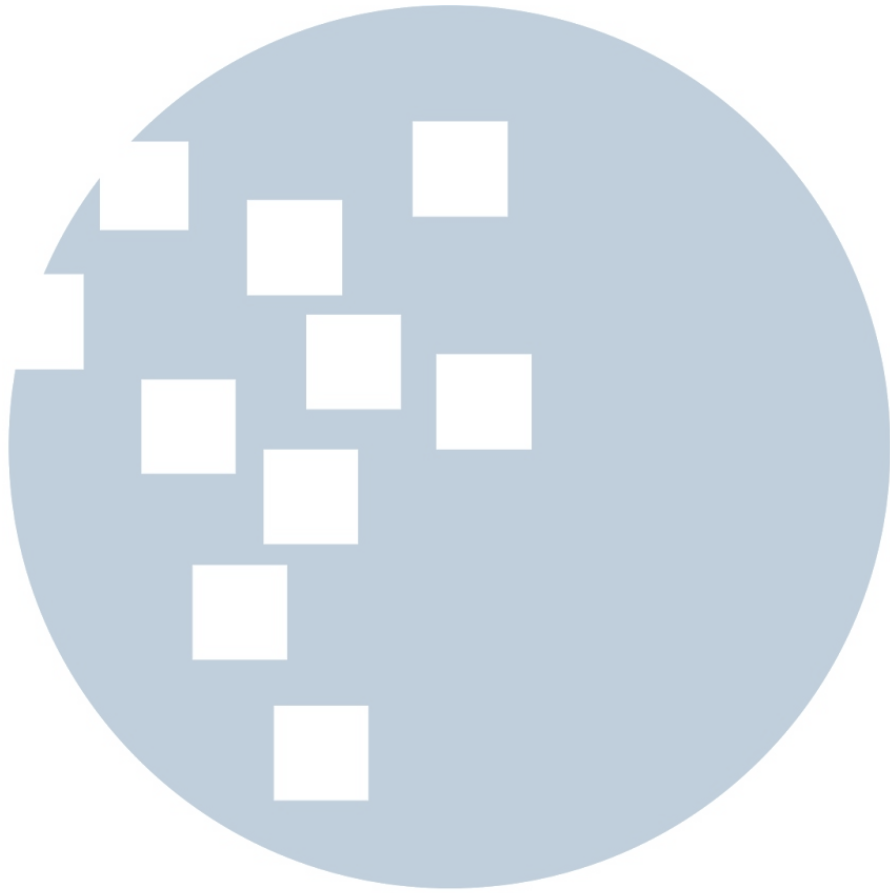
dapat diterima secara maksimal oleh *target audience* dan melibatkan *audience* kepada fase share, media dibagi menjadi 3 yaitu media utama, sekunder dan pendukung. Media utama yang digunakan adalah *motion graphic* yang nantinya akan dilakukan pada media *platform* Youtube dan Instagram, untuk media sekunder penulis menggunakan sosial media yaitu, Facebook ads, Instagram ads, Instagram *story*. Media pendukung lainnya yaitu, bendera, spanduk, *wall of fame*, *banner*, *t-shirt*, *totebag*, *sticker*, gelang, tiket.

Hasil perancangan visual media utama, penulis menggunakan *motion graphic* yang berisi informasi serta kegiatan yang ada dalam Kook Festival. Dalam memilih warna penulis menggunakan warna utama yaitu *vibrant* yang kemudian diaplikasikan untuk media sekunder dan pendukung.

5.2. Saran

Perancangan promosi Kook Festival sudah selesai dibuat, namun penulis menyadari perancangan promosi Kook Festival belum sempurna dan masih banyak kekurangan, saran bagi perancangan promosi yang menggunakan topik yang sama, yaitu mendalami metode promosi terbaru yang lebih efektif dan efisien pada masa kini. Selain itu penulis juga menyarankan untuk mengetahui lebih dalam mengenai media-media yang akan digunakan, sehingga promosi yang digunakan memberikan *experience* kepada *target audience*.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA