

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Penulis dapat menyimpulkan bahwa merancang sebuah promosi harus melalui tahapan-tahapan agar permasalahan dari sebuah acara dapat diselesaikan dengan baik dan sesuai dengan targetnya. Penulis merancang sebuah promosi tempat wisata yaitu pulau Kemaro dengan menerapkan metode perancangan menurut Landa (2011) dengan adanya proses orientasi, analisis, konsep, desain dan implementasi. Dan dalam melakukan pengumpulan data, penulis menggunakan metode, yaitu kualitatif dan kuantitatif. Setelah melakukan pengumpulan dan analisis data, maka penulis membuat perancangan promosi pulau Kemaro di Palembang.

Dalam memperkenalkan sebuah tempat wisata yang bersejarah dengan cara membuat sebuah promosi yang bertujuan untuk memperkenalkan pulau Kemaro kepada masyarakat luar Palembang, sehingga pulau Kemaro dapat dikenal dan mampu menarik perhatian untuk meningkatkan perkembangan pariwisata Kota Palembang khususnya di wilayah Ilir Barat 2. Kemudian penentuan target audiens perlu untuk dilakukan agar promosi tempat wisata tersebut dapat berperan lebih efektif. Setelah itu dengan adanya perancangan ini penulis menggunakan sebuah konsep desain media promosi yang dapat menjelaskan akulturasi dari pulau Kemaro, romantisme dan perjalanan.

Pulau Kemaro bersejarah ini terdapat perpaduan dari 2 budaya antara Tionghoa dengan Melayu Palembang. Dimulai dari menggambarkan kisah cinta

Tan Bun Ann dengan Siti Fatimah. Kemudian romantisme yang diambil dari kisah cintanya yang akan di terjemahkan kepada pasangan-pasangan di zaman sekarang. Dan diberi unsur perjalanan karena untuk menuju ke pulau tersebut membutuhkan waktu yang tidak singkat. Setelah itu pemilihan media promosi yang penulis pilih dan lokasi untuk memasukkan media promosi wisata tersebut juga merupakan hal yang penting untuk diketahui agar media promosi tersebut dapat menggapai masyarakat dan target audiens.

Penggunaan desain yang dilakukan oleh penulis pada media promosi yang memudahkan penyampaian informasi mengenai acara tersebut dan dapat menarik perhatian masyarakat dan target audiens, karena dapat lebih mudah dikonsumsi jika pada desain tersebut sesuai dengan targetnya. Penulis juga merancang desain promosi yang mudah untuk dimengerti dan tampak dengan jelas. Desain pada promosi menampilkan 3 macam ilustrasi yang memiliki sifat akulturasi, perjalanan dan romantisme agar memberi pesan bahwa pulau Kemaro memiliki nuansa kebudayaan dan *romantic*. Dan penulis merancang promosi tersebut menggunakan media sosial karena masyarakat lebih mengakses media sosial dan menggunakan Instagram untuk meningkatkan informasi kepada target audiens dan membuat strategi AISAS untuk mengetahui kegiatan yang dilakukan oleh target dalam kesehariannya. Dengan adanya Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Promosi Pulau Kemaro di Palembang” semoga dapat menjadi sebuah destinasi referensi dan dapat membantu Dinas Pariwisata untuk memperkenalkan wisata pulau Kemaro itu sendiri agar lebih banyak wisatawan lokal maupun asing yang merasa tertarik dan

ingin berkunjung ke pulau tersebut melalui promosi yang telah dirancang oleh penulis.

5.2. Saran

Dalam merancang sebuah karya Tugas Akhir mahasiswa/i harus memperhatikan beberapa hal pada saat merancang sebuah karya Tugas Akhir, seperti mahasiswa harus memperhatikan siapa saja yang menjadi target audiens yang akan dicapai. Jangan sampai desain yang dirancang atau dibuat tidak tepat pada sasaran target yang kita capai dan penggunaan waktu dalam memproses karya harus efisien dan disiplin agar tidak memiliki pikiran bahwa waktu yang diberikan sangat sedikit dan merasa waktu yang diberikan kurang. Dalam perancangan promosi penulis masih perlu untuk dikembangkan dan lebih didalami lebih lanjut. Penulis berharap agar para pembaca memperkenalkan pulau Kemaro ke masyarakat luas agar masyarakat dapat mengenal pulau Kemaro.