



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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 Simpulan

Merancang sebuah promosi sebuah kawasan yang dapat terbilang baru merupakan suatu hal yang cukup menantang. Penulis dapat mengeksplorasi desain – desain yang berbeda untuk perancangam dikarenakan belum ada guideline yang sudah terbentuk sebelumnya. Hanya saja perancangan ini memerlukan data yang cukup banyak untuk membangun relevansi antara desain dengan target audiens dan juga tentunya kawasan wisatanya sendiri. Terlebih perancangan ini memerlukan data dari dua daerah yang berbeda, yang pertama adalah daerah Jabodetabek sebagai target audiens promosi dan Daerah Istimewa Yogyakarta sendiri sebagai lokasi Kawasan Wisata Bukit Panguk Kediwung. Namun luasnya jangkauan promosi dapat membantu Kawasan Wisata Bukit Panguk Kediwung dalam mengkomunikasikan informasi dan pengenalan kawasan wisata ini ke lebih banyak lagi masyarakat.

Penentuan media untuk perancangan promosi sendiri di dapatkan dengan menyesuaikan keseharian target audiens salah satu diantaranya adalah peletakan media pada transportasi umum yang sering digunakan target audiens pada kesehariannya, seperti stasiun MRT ataupun stasiun KRL. Pemasangan media juga disesuaikan dengan peraturan pemerintah daerah sehingga penempatan media sesuai dengan lokasi yang diizinkan untuk pemasangan atau legal untuk penempatan iklan/media promosi. Untuk pencapaian target audiens secara menyeluruh penulis juga meletakkan media promosi pada Instagram Ads dan juga Travel e-commerce dengan sistem sasaran target audiens yang lebih tepat yaitu sedang mencari referensi tujuan berwisata, ingin merencanakan liburan, dan lainnya. Dengan adanya seluruh perancangan ini juga diharapkan dengan adanya penempatan media offline maupun online, penyebaran promosi juga dapat terus menyeluruh dengan cara dari mulut ke mulut atau word of mouth seperti yang sudah

berjalan pada cara kebanyakan audiens dalam mengetahui informasi Kawasan Wisata Bukit Panguk Kediwung.

5.2 Saran

Berikut merupakan beberapa saran oleh penulis kepada mahasiswa yang akan mengambil topik promosi:

1. Pemilihan topik perancangan harus dipikirkan secara matang, dapat disesuaikan dengan minat sehingga tidak merasa terbebani dalam proses pengerjaan.
2. Pengumpulan data sangat mempermudah proses pengerjaan, mulai dari penentuan konsep hingga menentukan media dalam perancangan promosi. Data yang dimaksud adalah data terkait brand, media behaviour, dan juga observasi perilaku.
3. Menentukan metode hingga strategi perancangan yang sesuai dengan target audiens.
4. Memperhatikan penyampaian segala aspek informasi yang akan dirangkum ke dalam visual. Salah satu contohnya, penyampaian objek yang ditawarkan oleh Kawasan Wisata Bukit Panguk Kediwung dengan menggunakan fotografi sebagai penyampaian dalam bentuk visualnya perlu diperhatikan apakah foto yang dihasilkan sudah cukup menonjolkan informasi yang ingin disampaikan kepada audiens.
5. Tidak terkecoh dengan timeline pengerjaan tugas akhir yang panjang, dengan tidak mengundur pengerjaan tugas akhir dan membuat timeline pengerjaan sendiri.

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