

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Dalam perancangan promosi Situ Cipondoh, banyak potensi yang dimiliki oleh destinasi wisata yang ada didekat pusat kota ini masalah yang dirumuskan adalah bagaimana merancang sebuah promosi untuk Situ Cipondoh, dalam hal ini dipicu karena tidak ada promosi yang dilakukan oleh Situ Cipondoh baik itu digital maupun konvensional sehingga rata-rata pengunjung adalah masyarakat sekitar, dan senada dengan tujuan dari revitalisasi Situ Cipondoh adalah membuat sebuah ikon wisata maka solusi dari penulis adalah melakukan perancangan media promosi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat yang lebih luas lagi sehingga diharapkan memberikan tingkat kunjungan yang lebih baik.

Dalam tahapan perancangan ini penulis menggunakan metode perancangan Landa (2014) yang melalui 5 tahapan yaitu *orientation, analysis, concept, design, implementation*. dilapangan menemukan data melalui wawancara, kuesioner, studi referensi dan observasi guna menentukan konsep berdasarkan target audiens dan yang di tentukan adalah konsep untuk mendorong Situ Cipondoh sebagai ikon wisata baru dengan segmentasi usia 20 – 30 tahun dengan melihat berdasarkan rata-rata pengunjung merupakan keluarga muda dan berdasarkan data *social economic status* tingkat keluarga paling tinggi berada di SES C1. Dari data yang telah dikumpulkan penulis melanjutkan membuat sebuah creative brief untuk menjadi acuan dalam proses *design* sehingga hasil yang didapatkan lebih baik dan konsisten, dari data yang direkap di *creative brief* penulis mendapatkan *big idea* “Destinasi Ikon Baru : Memikat dengan Keindahan Pesona Alam” yang memiliki kesan bahwa ini merupakan ikon baru yang memiliki pesona alam yang indah, juga didukung dengan key visual yang menggunakan framing dengan pemilihan warna yang menggambarkan suasana alam serta foto Situ Cipondoh yang telah diambil bisa menjadi sebuah nilai jual untuk promosi ini.

Proses perancangan yang telah dilalui penulis merancang sesuai dengan data yang ditemukan dilapangan dengan menciptakan konten melalui sosial media berupa konten *feeds* Instagram dan facebook *link ads* dan media promosi konvensional seperti *billboard, banner, bus shelter billboard* dan merchandise berupa *keychain* sebagai upaya mempromosikan Situ Cipondoh dengan memperkenalkan Situ Cipondoh sebagai ikon wisata sehingga dapat menjangkau tingkat kunjungan yang lebih tinggi dan menjadi destinasi pilihan di Kota Tangerang.

5.2 Saran

Setelah melewati proses perancangan tugas akhir, penulis mempelajari beberapa hal yang bisa menjadi sebuah masukan dan sebuah evaluasi yang dapat berguna untuk pembaca yang meneliti topik serupa. Pilih topik yang sekiranya pembaca dapat pahami dan temukan topik yang memiliki ketersediaan data yang bisa dikumpulkan dan kredibel sehingga data yang didapat juga lebih berkualitas.

Penulis juga menyarankan untuk lebih memfokuskan pada penelitian dahulu sehingga pembaca yang meneliti topik serupa kedepannya akan lebih mudah dalam tahap desain dan penentuan media, dalam merancang karya juga perlu memperhatikan tujuan dari topik yang diambil sehingga hasil dari penulisan dan perancangan karya mendapatkan hasil yang baik. Penulis juga ingin mengingatkan untuk meningkatkan fokus dan ketelitian dalam perancangan maupun saat masa revisi untuk mengurangi resiko kehabisan waktu untuk revisi.

Dalam semua proses perancangan juga penulis menyarankan untuk memfokuskan segala hal yang berhubungan dengan perancangan seperti perencanaan, manajemen waktu, konsistensi karya dan penulis juga menyarankan untuk memikirkan semua saran dan masukan yang ada karena semua hal itu dapat memaksimalkan hasil akhir dari karya yang dirancang. Dengan perancangan karya ini penulis berharap dapat menginspirasi pembaca dalam menentukan topik dan memilih topik kedepannya sehingga dapat menjadi pertimbangan saat mengambil keputusan.