

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

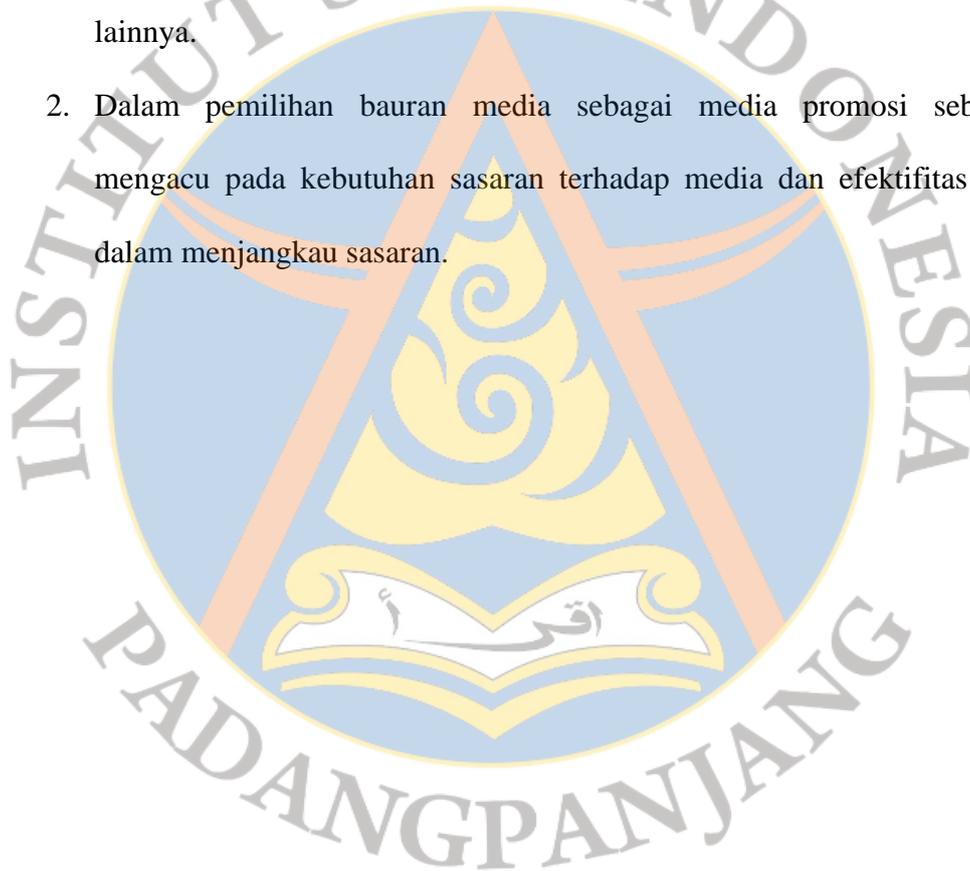
Setelah melewati proses pengamatan dan penelitian dari penciptaan maskot *Festival Tapa Malenggang* Kabupaten Batang Hari, maka berdasarkan uraian bab-bab diatas dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Dari permasalahan komunikasi untuk promosi *event Festival Tapa Malenggang* ini di temukanlah solusi yang tepat untuk membantu promosi akan terus berkelanjutan, yaitu dengan menghadirkan maskot di setiap media promosinya karena melalui maskot dapat berfungsi untuk membangun interaksi secara emosional terhadap target audiens dan maskot juga dapat tampil sebagai identitas utama ataupun pendukung dalam mempromosikan *Festival Tapa Malenggang* Kabupaten Batang Hari.
2. Beberapa media yang sesuai untuk mempromosikan *Festival Tapa Malenggang* adalah menggunakan media-media yang terdiri dari media utama yaitu, 3D maskot, *social media content (instagram)* dan *website* serta media pendukung lainnya seperti poster, *sticker whatsapp*, *t-shirt*, boneka, *sticker* dan *merchandise*.
3. Dalam merancang bauran media yang baik dan terkonsep, maka dibutuhkanlah teori-teori pendukung yang dapat membantu penciptaan bauran media yang sesuai dan tercapainya strategi dalam mempromosikan *Festival Tapa Malenggang*.

B. Saran

Saran-saran penulis sebagai bahan pertimbangan setelah mengetahui dan melakukan studi penelitian ini, antara lain:

1. Untuk mencapai hasil yang maksimal diharapkan dalam proses penciptaan bauran media memperhatikan konsep dan teori pendukung dalam desain, unsur-unsur visual desain dan prinsip dasar desain serta teori pendukung lainnya.
2. Dalam pemilihan bauran media sebagai media promosi sebaiknya mengacu pada kebutuhan sasaran terhadap media dan efektifitas media dalam menjangkau sasaran.



DAFTAR PUSTAKA

Departemen Pendidikan Nasional, 2001. Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Keempat, Jakarta: Balai Pustaka.

Harjanto, Rudi. 2009. *Prinsip-Prinsip Periklanan*. Jakarta: Gramedia.

Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga

Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi

Pujiriyanto, 2005. *Desain Grafis Komputer*. Yogyakarta: Andi.

Sanyoto, Ebdy Sadjiman. 2005. *Dasar-Dasar Tata Rupa & desain (nirmana)*. Yogyakarta: Penerbit Arti Bumi Intaran.

Tinarbuko, Sumbo. 2009. *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.

Sumber Lainnya

Andika Primasiwi. 02 Desember 2018, 19:23 WIB. *Ribuan Pengunjung Padati Pembukaan Festival Tapa Malenggang 2018*.
<https://www.suaramerdeka.com/index.php/travel/baca/150019/ribuan-pengunjung-padati-pembukaan-festival-tapa-malenggang-2018>. Diakses tanggal 02 November 2020.

Bara Anggara. 03 Juni 2016. *7 Hal Unik Yang Saya Jumpai Di Kota Muara Bulian*.

<https://barrabaa.com/7-hal-unik-di-kota-muara-bulian-kabupaten-batanghari-jambi>. Diakses pada tanggal 05 November 2020.

Dedi Arman. 22 Oktober 2018. *Tapa Malenggang dan Batanghari*.

<https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/bpnbkepri/tapa-malenggang-dan-batanghari/>, diakses pada tanggal 05 November 2020.

Galar Riksa, Sumakthika (2019). *Perancangan Promosi Event Kook Festival 2019*.

Bachelor Thesis thesis. FSD, Desain Komunikasi Visual, Universitas Multimedia Nusantara, Tangerang.

Hazliansyah. 28 September 2015, 19.43 WIB. *Potensi Alam Tinggi Buat Komoditas*

Batanghari Lebih Kompetitif.
<https://www.republika.co.id/berita/nasional/daerah/15/09/28/nve0pa280-potensi-alam-tinggi-buat-komoditas-batanghari-lebih-kompetitif>. Diakses pada tanggal 06 November 2020.

Hegarty, M., Kriz, S. & Cate, C. (2003). "The roles of mental animations and external animations in understanding mechanical systems." *Cognition & Instruction*, 21, 325-360.

Heriyanto. 04 November 2015, 16:58 WIB. *Festival Tapa Malenggang Warnai HUT*

Batanghari Ke 67. <https://jambi.antaranews.com/berita/309120/festival-tapa-malenggang-warnai-hut-batanghari-ke-67>. Diakses tanggal 02 November 2020.

O. Ariesta, "PERANCANGAN MASKOT ISI PADANGPANJANG SEBAGAI MEDIA BRANDING", *bahasarupa*, vol. 3, no. 2, pp. 104-116, Apr. 2020.

Perancangan Maskot untuk Memperkuat Identitas Visual Kota Kediri :

<https://docplayer.info/82162448-Perancangan-maskot-untuk-memperkuat-identitas-visual-kota-kediri.html> diakses pada 6 Maret 2021

Riawan, Atyo. (2014). *Perancangan Media Promosi Wahana Atlantis “Kerajaan Bawah Laut” Pada Event Jateng Fair 2013 Kota Semarang Jawa Tengah*. S1 thesis, Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta.

Customer Journey Maps – Walking a Mile in Your Customer’s Shoes.
<https://www.interaction-design.org/literature/article/customer-journey-maps-walking-a-mile-in-your-customer-s-shoes>

Bootcamp Bootleg, Hasso Plattner Institute of Design at Stanford.

Define and Frame Your Design Challenge by Creating Your Point Of View and Ask “How Might We”. <https://www.interaction-design.org/literature/article/define-and-frame-your-design-challenge-by-creating-your-point-of-view-and-ask-how-might-we>

<https://petatematikindo.wordpress.com/2014/08/17/administasi-kabupaten-batanghari/>, diakses pada tanggal 06 November 2020.

<https://www.ikanesia.id/2021/05/ciri-ciri-habitat-dan-makanan-ikan-tapah.html>, diakses pada tanggal 20 Januari 2022

<https://www.batangharikab.go.id/bat/publikasi-757-pembukaan-festival-tapa-malenggang-dan-kejurnas-terbuka-bhmc-tahun-2019-berlangsung-meriah.html>.

Diakses pada tanggal 06 November 2020

Narasumber

Bapak Hendra Dufa, SE sebagai Kepala Bidang Pariwisata Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Batang Hari.

Bapak Agung, sebagai Staff Bidang Pariwisata Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Batang Hari.

Bang Anggi, Sebagai Masyarakat Kabupaten Batang Hari