



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh isi karya tulis tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
2. Pengutipan diperbolehkan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, serta karya tulis ilmiah lainnya
3. Dilarang memperbanyak, memperjualbelikan, menyebarkan sebagian atau seluruh karya tulis dalam bentuk apapun tanpa seizin ISI Padangpanjang

Hak Cipta Milik ISI Padangpanjang Hak Cipta Milik ISI Padangpanjang Hak Cipta Milik ISI Padangpanjang

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Melalui penelitian dan perancangan media promosi objek wisata sumberdaya budaya Kota Lhokseumawe yang panjang maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Perancangan peomoi ini memberikan informasi di sektor pariwisata Kota Lhokseumawe.
2. Media promosi yang tepat untuk mempromosikan objek wisata sumberdaya budaya Kota Lhokseumawe yaitu melalui media audio visual karena media ini dapat memberikan pengaruh emosional yang kuat kepada target *audiance*.
3. Media promosi ini memberikan gambaran mengenai gaya hidup, budaya dan tradisi masyarakat Lhokseumawe melalui objek wisata sumberdaya budaya yang ada di Kota Lhokseumawe.
4. Media ini memiliki efektivitas dalam mengaplikasikan dan mengakses data video promosi objek wisata sumberdaya budaya Kota Lhokseumawe melalui internet.
5. Perancangan ini dapat diaplikasikan pada web resmi dinas pariwisata Kota Lhokseumawe yang membantu dinas pariwisata Kota Lhokseumawe dalam mempromosikan Kota Lhokseumawe.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh isi karya tulis tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
2. Pengutipan diperbolehkan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, serta karya tulis ilmiah lainnya
3. Dilarang memperbanyak, memperjualbelikan, menyebarkan sebagian atau seluruh karya tulis dalam bentuk apapun tanpa seizin ISI Padangpanjang

Hak Cipta Milik ISI Padangpanjang Hak Cipta Milik ISI Padangpanjang Hak Cipta Milik ISI Padangpanjang

6. Ketercapaian dari perancangan ini kurang tercapai dikarenakan video promosi ini belum bisa di aplikasikan karena belum ada web khusus yang resmi untuk promosi pariwisata Kota Lhokseumawe

B. Saran

1. Untuk mempromosikan wisata sebuah daerah harus dilakukan secara berkala atau terus menerus agar ketercapaian dari sebuah perancangan media promosi lebih sempurna.
2. Bagi praktisi keilmuan DKV yang akan melakukan promosi wisata Kota Lhokseumawe di masa yang akan datang dapat menggali lebih dalam lagi tentang potensi wisata yang ada di Kota Lhokseumawe.
3. Untuk melakukan sebuah perancangan media promosi, desainer harus melakukan riset lebih mendalam mengenai efektivita media dan psikologi target *audiance* agar komunikasi yang disampaikan dalam promosi dapat tersampaikan dengan tepat kepada target *audiance*.
4. Sebaiknya dinas pariwisata Kota Lhokseumawe merancang web khusus yang resmi sebagai ruang untuk mempromosikan Kota Lhokseumawe.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

KEPUSTAKAAN

- Anggayani, Chyntia Putri. 2013. “*Perancangan Media Promosi Wisata Taman Narmada Lombok Barat*”. Surabaya: Jurnal Tugas Akhir. Universitas Kristen Petra,
- Badan Arsip Kota Lhokseumawe. 2014. *Lhokseumawe Dalam Angka 2014*
- Cooper, C. Et al. 2005. *Tourism Principle and Pactice* edisi ketiga. Harlow: Person Education Limited.
- Daliman. A. Prof. 2012. *Sejarah Indonesia Abad XIX – awal abad XX : Sistem Politik Kolonial dan Administrasi Pemerintahan Hindia Belanda*. Yogyakarta: Ombak
- Darmaprawira, Sulasmi. 2001. *Warna, Teori dan Kreativitas Penggunaannya*”. Bandung: Penerbit ITB
- Effendy, Heru. 2002. *Mari Membuat Film : Panduan Menjadi Produser*. Yogyakarta: Yayasan Konfiden.
- H. B. Andriyanto Eka. 2013. *Perancangan Media Promosi Objek Wisata di Pantai Glagah Kulon Progo*. Prodi Pendidikan Seni Rupa. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Hermantoro, Hengki. 2015. *Kepariwisata Destinas Pariwisata Produ Pariwisata*. Depok: CV Aditri.
- _____. *Perubahan Pola Pikir Dalam Pembangunan Kepariwisata Nasional*. Depok: Aditri
- ICTA (*International Culinary Tourism Association*). 2008. *Creative Economy Report 2008*.
- Javalandasta. 2011. *5 Hari Mahir Bikin Film*. Surabaya: Java Pustaka Group.
- Kartajaya, Hermawan. 2000. *Positioning, Differentiation, Branding: Memenangkan Persaingan Dengan Segitiga Positioning, Differentiation, Branding*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Keputusan Walikota Lhokseumawe Nomor 349 Tahun 2015 Tentang Pengesahan Logo Tahun Kunjungan Wisatawan Ke Daerah Kota Lhokseumawe.
- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Penerbit Andi.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- Noegroho, Agung. 2010. *"Analisis Pariwisata"*. Jurnal Fakultas Pariwisata Univeritas Udayana, Denpasar. Vol.10
- Pariwisata, Dirgen. 2012. *Himpunan Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Tahun 2012*. Jakarta
- Rustan, Surianto. 2011. *Font dan Tipografi*. Jakarta: Gramedia.
- Bayu, Aryo Aji. 2013. *"Perancangan Media Promosi Bug's Cafe Coffee and Maryam Semarang"*. Semarang: Jurnal Tugas Akhir Universitas Dian Nuswantoro.
- Supriyono, Rakhmat. 2010. *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi
- Sutarwan, Kukuh Yogo Ganjar. 2013. *Perancangan Media Promosi Objek Wisata Budaya dan Religi Makam Roro Semono di Kabupaten Purworejo Jawa Tengah*. Jurnal Tugas Akhir Universitas Negeri Yogyakarta.
- Sutisno, P.C.S. 1993. *Pedoman Praktis Penulisan Skenario Televisi dan Film*. Jakarta: Grasindo
- Sutyanto, M. 2005. *Strategi Perancangan Iklan Televisi Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta: Andi.
- Morisson. 2007. *Periklanan : Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta : Ramdina Prakarsa.
- Tim Redaksi Kamus Besar Bahasa Indonesia , 1989, *Kamus Besar Bahasa Indonesi (Edisi Ketiga)*. Jakarta : Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional.
- Undang-undang RI nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata.
- Wahab, Salah. 1997. *Pemasaran Pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Wardhani, Rahmi Kesuma. 2014. *Perancangan Video Dokumenter Autisme*. Vol 3.
- Website:
- www.lhokseumawekota.go.id
- <http://core.ac.uk/download/pdf/12347451.pdf>
- http://malelakwasty.blogspot.co.id/2013/04/teknik-pengambilan-gambar_16.html
- <http://2012.acehinvestment.com/cmspro/Potensi-Kota-Kabupaten.html>,