

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Perancangan ini menggunakan strategi *integrated marketing communication* yang biasa digunakan oleh perusahaan, namun di perancangan ini perancang memilih objek pergerakan sosial seperti Paseduluran / komunitas yang ingin melestarikan olahraga tradisional yaitu *jemparingan langenastro*.

Bagian sangat penting untuk perancangan komunikasi visual adalah dapat membangun citra dan persepsi yang bisa membekas dalam konsumen dengan menambahkan pesan yang komunikatif, berstrategi dan menceritakan sejarah karena itu dapat memancing apa yang akan menjadi kebutuhan konsumen.

Mempertimbangan *low budget great impact* di perancangan menggunakan *integrated marketing communication* sangatlah mendukung dalam media promosi yang akan terus selalu berkembang karena menggunakan *strategi* dan *timeline media*. Dengan adanya promosi media yang beragam perancang dapat melakukan pembaharuan di setiap proses promosinya, mencari jalan lain dan saling mendukung ketika salah satu media promosi itu lemah di mata masyarakat. Pihak Langenastro sendiri berharap dengan terwujudnya IMC dalam program promosinya terciptalah generasi muda yang berminat olahraga tradisional ini dan secara tidak langsung ikut melestarikan kearifan lokal yang ada di Yogyakarta

B. Saran

Setelah melalui tahap demi tahap perancangan tugas akhir ini dan mendapat kesimpulan, perancang memiliki saran terkait beberapa hal. Pertama, berkaitan dengan tema yang diangkat yaitu mengenai *Jemparingan* merupakan kearifan lokal yang jarang orang mengetahuinya. Sebagai desainer muda yang ikut menjadi penanda zaman Indonesia mulailah peka dengan objek sekitar kita. Ilmu desain komunikasi visual merupakan ilmu yang mampu membingkai semua bidang, dalam hal ini perancang menggunakan pendekatan *integrated marketing communication* karena perkembangan visual di butukan di kalangan dunia marketing dan sangat berpengaruh.

Khususnya bagi Industri baru bergerak untuk mulai menggunakan *integrated marketing communication* memiliki peran penting dalam perkembangan promosi, ilmu desain komunikasi visual sangatlah berpengaruh dalam visualiasi desain untuk membangun citra dan bagi Institusi pendidikan Institut Seni Indonesia dapat mengajarkan kepada desainer muda untuk mengenal bahkan belajar tentang Ilmu *integrated marketing communication* terutama jurusan Desain karena bukan hanya ilmu marketing saja. Mungkin bisa menjadi mata kuliah tambahan yang membahas tentang IMC.

Bagi calon desainer muda ada baiknya mendalami objek yang akan di rancang, siapa saja yang terlibat, terjun langsung ke lokasi dan mencari data-data mengenai objek tersebut dan mampu meluangkan waktu ekstra untuk terjun berempati langsung dengan objek karena kegiatan semacam ini berkaitan langsung dengan perasaan dan mampu memahami apa yang di rancang dan bagi

organisasi atau masyarakat, diharapkan desain komunikasi visual dapat membantu memecahkan permasalahan sosial dan lingkungan juga mampu memberikan kontribusi yang banyak untuk lingkungan terutama melestarikan budaya dengan mengenalkan ke masyarakat.



DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Hermawan, Agus. (2012), *Komunikasi Pemasaran*, Penerbit Erlangga, Jakarta
- Kennedy, John E (2009), *Seri Marketing Communication: Era Bisnis Ramah Lingkungan: Strategi Marketing Communication Masa Depan*, PT Bhuna Ilmu Populer, Jakarta
- Kotler, Philip. (1988), *Marketing Management, Sixth Edition : Analysis, Planning, Implementation, and Control atau Management Pemasaran*, Edisi Keenam: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian, Terjemahan Drs. Jaka Wasana, MSM, Penerbit Erlangga, Jakarta
- Lawson, Bryan. (1980), *How Designers Think atau Bagaimana Cara Berpikir Desainer*, terjemahan Harafiyah Widiawati. (2007), Jalasutra, Yogyakarta
- Masri, Andry. (2010), *Strategi Visual*, Jalasutra, Yogyakarta
- Morissan, M.A. (2010), *Periklanan – Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta : KENCANA PRENADA MEDIA GROUP
- Michael L Ray , *Advertising and Communication Management*, Englewood Cliffs, Prentice Hall, 1982.
- Manners, Robert A. (2012), *Teori Budaya*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar Offset
- Priyotomo, Hafis. (2015), *Jemparingan Panahan Tradisional Bandulan Yogyakarta*. Yogyakarta : Langenastran
- Rustan, Suriyanto. (2009), *Layout Dasar dan Penerapan*, PT Gramedia Jakarta
- _____. (2010), *Font & Tipografi*, PT Gramedia Jakarta
- Sayanto, Sadjiman Ebd. (2010) *NIRMANA elemen-elemen seni dan desain Jalasutra*, Yogyakarta.
- Sulaksana, Uyung. (2003), *Integrated marketing communication : TEKS DAN KASUS*, Yogyakarta : PUSTAKA PELAJAR
- Tinarbuko, Sumbo. (2015), *Desain Komunikasi Visual Penanda Zaman Masyarakat Global*. Yogyakarta : CAPS (Center for Academic Publishing Service)

Watono, A. Adji & Maya C. Watono. (2011), IMC Integrated marketing communication that Sells : Bring Your Brand to the Top with Indonesia Style Communication, PT Gramedia, Jakarta.

Tautan

American Express Open (2013), Social Media For Small Bussinesses: How to Harness The Hashtag (infographic) [online]. Last Accesed on Desember 16, 2015 at url: <http://m.huffpost.com/us/entry/3991246>

Biru, Nagablog (2012), DATA SEKUNDER DAN DATA PRIMER, Last accesed on 12 Juni, 2009 at url <https://nagabiru86.wordpress.com/2009/06/12/data-sekunder-dan-data-primer/>

Cahaya, Hisna (2012) , Definisi Berita dan penjelasan Unsur 5W + 1H, Last accesed on 25 Agustus, 2012 at url <http://satriamadangkara.com/definisi-berita-dan-penjelasan-unsur-5w-1h/>

Firdienta, Adlinda. “Perancangan Integrated Marketing Communication Gerakan Penyul’imbang alam wilayah pantai di Yogyakarta” Skripsi Sarjana, Institut Seni Indonesia , Yogyakarta , 2015.

Intenasional Design School (2015). Arti Fotografi Menurut Para Ahli [online]. Last accesed on September 26, 2015 at url : <http://www.odesedication.com/articles/fotografi-menurut-para-ahli>

Lovett, Leigh (2013). Marketing for Good: Applying IMC to Non-Profits [online]. Last accesed on April 22, 2015 at url : <http://www.vitaminmc.com/2013/05/marketing-for-good-applying-imc-to-non-profits/>

Nastiti, Inunk (2012), JemparinganSeni dan Olah Raga untuk Para Ksatria Panah. Last accesed on 25 Juni, 2015 at url : http://www.kompasiana.com/inunknastiti/jemparingan-seni-dan-olah-raga-untuk-para-ksatria-panah_550e76d9813311b82cbc6350

Nisan, ilham (2008), fungsi macendaising, Last accesed on 30 Desember, 2008 at url : <https://ilhamnisan.wordpress.com/>

Palupi, Dtag Hasto(2014), Rahasia Kesuksesan Bran activation [online]. Last accesed on Desember 29,2015 at url : <http://mox.co.id/headline/rahasia-kesuksesan-bran-activation>

Prawira, Aristana (2014), SEKILAS TENTANG BRAND ACTIVATION. Last accesed on 3 March, 2014 at url : <https://aristanaprawira.wordpress.com/2014/03/03/sekilas-tentang-brand-activation/>

Tjin, Enche. (2012), Membuat foto yang bercerita (Photo story/ essay) [online].
Last accessed on December 10. 2015 at url: <http://www.infofotografi.com/blog/2012/07/membuat-foto-yang-bercerita-photo-story-essay/>

Win, Ansar (2013), Video Sebagai Media Pembelajaran, Last accessed on 19 Juli, 2013 at url :
<https://5enibudaya.wordpress.com/2013/06/19/video-sebagai-media-pembelajaran/>

Narasumber

Nama : Agung Sumedi

Umur : 49 Tahun

Alamat: Jl.Langenastran kidul, gg R Joehar Noerhadi 18b, Panembahan, Kraton, Yogyakarta.

Profesi : wiraswasta / Aktifvis Budaya

Tanggal Wawancara : 13 Juni 2016

Nama : Hafis Priyotomo

Umur : 50 Tahun

Alamat: Jl. Banikan Gg. Flamboyan 10D Godean, Sleman.

Profesi : wiraswasta / Aktifvis Budaya / Pendiri Langenastro

Tanggal Wawancara : 8 April 2016

