

promosi sebuah *event* yang modern tapi tetap dikemas sesederhana mungkin dengan maksud dan tujuan yang jelas. Hal ini dikarenakan kaum muda Sidoarjo masih bersikap Surabaya-sentris yang menyebabkan perancangan ini harus melalui proses yang cukup lama.

2. Dalam pengerjaan Tugas Akhir perancangan komunikasi visual ini terdapat hambatan-hambatan yang sempat mengulur waktu pengerjaannya. Diantaranya adalah frekuensi komunikasi antara penulis dan pihak Sidoarjo *local youth movement* yang kurang. Hal ini menyebabkan data-data yang dibutuhkan penulis tidak masuk pada waktu yang seharusnya.
3. Hambatan lainnya adalah dukungan pemerintah dan sponsor swasta yang kurang terhadap program ini. Hal ini menyebabkan proses penentuan strategi marketing dan *positioning* sedikit lebih susah. Pihak pemerintah Kabupaten Sidoarjo dan beberapa sponsor swasta kurang berani untuk mewujudkan program ini sehingga perancangan komunikasi visual ini sedikit terhambat.
4. Kontinuitas merupakan hal yang diharapkan dapat terjadi kepada *event* nDarjo Wiken. Hal ini dimakudkan untuk menumbuhkan semangat ke sosial budaya apa menggeser nilai-nilai masyarakat Sidoarjo.
5. Promosi yang memberi *fee* penentuan ko perancangan membuat target audiens n bangunan khusus dalam g akan digunakan dalam
6. Perancangan ini menciptakan desain grafis. *ent* nDarjo Wiken Proyek muda Sidoarjo dalam hal n di dalam desain media promosi ini m



D. Daftar Pustaka

Buku :

- [1] Kasali, Rhenald. 2003. *Membidik Pasar Indonesia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- [2] Kotler, Phillip. 2005. *Manajemen Pemasaran*, Alih Bahasa: Hendra Teguh, Ronny A. Rusli, dan Benyamin Molan, Jakarta: Prenhallindo.

Tautan :

- [1] www.pemasaran.site (diakses pada tanggal 24 Desember 2015, pukul 19.49 WIB)