

BAB V PENUTUP

Pada *event* Djarum Sirkuit Nasional (SIRNAS) 2014 atau tahun keenam dalam penyelenggaraannya kali ini akan digelar di 10 kota besar di Indonesia dan Yogyakarta merupakan salah satu kota tempat diselenggarakannya *event* Djarum Sirkuit Nasional 2014. Untuk menunjang kesuksesan dan keberhasilan *event* tersebut perlu adanya sebuah perancangan komunikasi visual. Kesimpulan dari pembenaran langkah-langkah yang telah dilakukan dalam perancangan komunikasi visual promosi sebagai berikut :

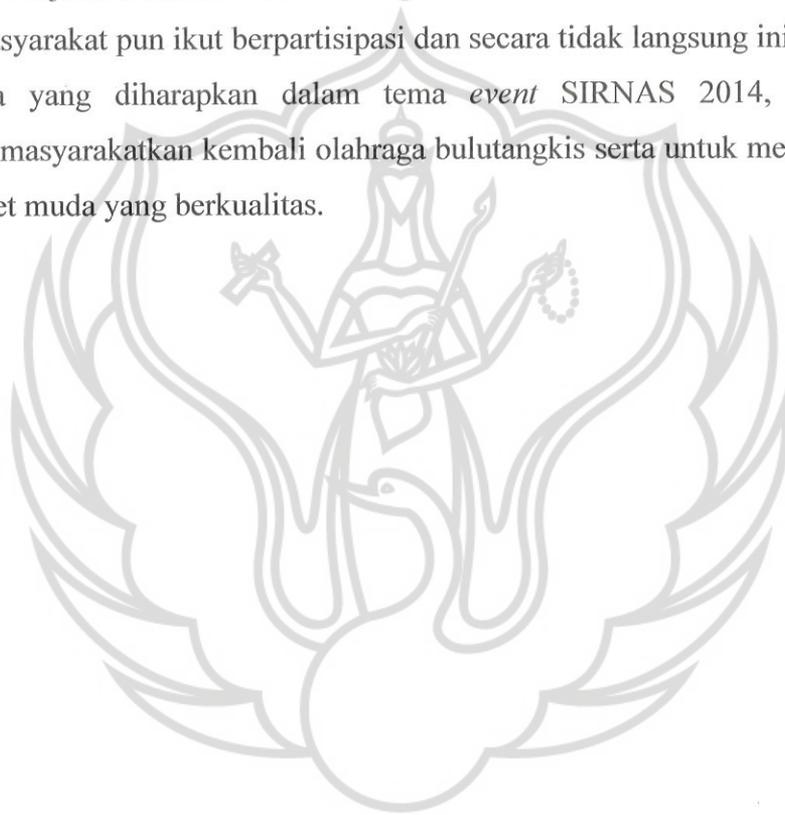
A. Kesimpulan

Kesimpulan dari Perancangan Komunikasi Visual Djarum Sirkuit Nasional Yogyakarta Open 2014 adalah sebagai berikut :

1. Sebagai salah satu *event* bulutangkis bertaraf nasional dan rutin digelar setiap tahunnya, perlu adanya perancangan media promosi yang efektif dan efisien sehingga biaya yang dikeluarkan untuk promosi tidak terbuang sia-sia.
2. Perancangan ini merupakan upaya untuk mengenalkan *event* Djarum Sirkuit Nasional Yogyakarta Open 2014 melalui media promosi (Poster, *Virtual Media*, *Billboard*, Baliho, *Transit ad*, *Ambient media*, Iklan majalah, dan *Merchandise*) sehingga nantinya perancangan ini dapat memberikan kontribusi dengan menarik minat masyarakat untuk datang dan menyaksikan *event* tersebut.
3. Untuk membuat media promosi yang efektif, efisien dan menarik dengan penyajian visual yang lebih bervariasi dari pada yang sebelumnya sehingga dapat meningkatkan dukungan dan keberhasilan dalam penyelenggaraan *event* bulutangkis Djarum Sirkuit Nasional 2014 di Yogyakarta.

B. Saran

Untuk Djarum Sirkuit Nasional selanjutnya bila desain promosi *event* Djarum Sirkuit Nasional Yogyakarta Open 2014 melalui media komunikasi visual seperti poster, iklan majalah, *virtual* media, *billboard*, baliho, *transit ad*, *ambient* media dan *merchandise* merupakan sarana media promosi yang berhasil dan sukses dalam penyelenggaraannya. Kedepannya dapat diterapkan dan dilakukan serta aplikasi-aplikasi desain yang telah dibuat dapat digunakan agar Djarum Sirkuit Nasional dapat semakin dikenal dan diterima sehingga masyarakat pun ikut berpartisipasi dan secara tidak langsung ini sesuai dengan apa yang diharapkan dalam tema *event* SIRNAS 2014, dimana ingin memasyarakatkan kembali olahraga bulutangkis serta untuk menemukan atlet-atlet muda yang berkualitas.



DAFTAR PUSTAKA

- Hadi, M. Umar. 1974. *Metodologi Dalam Desain*, Ceramah Ilmiah Fakultas Seni Rupa ISI Yogyakarta.
- Handy Y. 2009. *Belajar Membuat Iklan Sukses*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hendratman, Hendi. 2009. *Graphics Desain*. Bandung: Informatika.
- Huang Hua, Sugeng Aryanto. 2007. *Olahraga Kegemaranku Bulutangkis*. Klaten: PT. IntanPariwara.
- Jefkins, Frank. 1994. *Periklan Edisi Ketiga*. Jakarta: Erlangga.
- Moriarty, Sandra. 2009. *Advertising Edisi Kedelapan*. Jakarta: Kencana.
- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kristono, Iwan. 1980. *Pendidikan Olahraga Dan Teorinya Untuk SLTA*. Hayam Wuruk: Tiga Serangkai.
- Noor, Any. 2009. *Manajemen Event*. Bandung: Alfabeta.
- Santosa, Sigit. 2002. *Advertising Guide book*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Salim, Agus. 2007. *Buku Pintar Bulutangkis*. Bandung: Penerbit Jembar.
- Sachari, Agus. 2004. *Seni Rupa dan Desain untuk SMA*. Jakarta: Erlangga.
- Sihombing, Danton. 2001. *TIPOGRAFI dalam desain grafis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Susanto, Mikke. 2011. *DiksiRupa*. Yogyakarta: Penerbit DictiArt Lab & Jagat Art Space
- Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Grasindo.