

BAB 5 PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Perancangan komunikasi visual *event* Honda Bikers Day 2013; Satu Hati Dalam Perbedaan dapat diselesaikan melalui beberapa proses desain. Dari beberapa proses komunikasi visual ini dapat ditarik kesimpulan yaitu :

- a. Honda One Heart Visual Identity Guideline sangat penting untuk menjadi pedoman dalam penempatan *corporate identity* Honda seperti penempatan logo, *corporate color*, dan unsur – unsur Honda di dalam perancangan.
- b. Desain yang baik adalah desain yang dapat tersampaikan secara efektif kepada *target audience*. Pada perancangan kali ini desain dibuat berdasarkan dari hasil survey dan wawancara kepada *bikers* yang menjadi *target audience* pada *event* ini.
- c. Penggunaan media – media yang peka jaman akan membuat desain lebih terlihat menarik, seperti contohnya dalam penggunaan media *sticker online*, *transit ads*, dan *videotron* pada perancangan desain *event* Honda Bikers Day 2013 kali ini.
- d. Kontinuitas merupakan hal yang sangat penting untuk sebuah *annual event* seperti acara Honda Bikers Day. Hal ini bertujuan untuk membuat *brand loyalty* dari acara tersebut. Penambahan maskot pada Honda Bikers Day 2013 ini dirasa sangat perlu karena dapat menambah *brand image* yang baru dan lebih otentik, sehingga dapat menjadi ikon yang menarik dari acara ini.
- e. Promosi yang baik terjadi ketika ada hubungan timbal balik antara pemberi pesan dan *target audience*, sehingga diperlukan media yang cukup interaktif pula untuk menunjang hal tersebut. Dalam perancangan kali ini desain media *flyer* dibuat dengan pendekatan tersebut. Sehingga penggunaan *flyer* bukan hanya sekedar untuk penyampaian informasi

semata, melainkan menjadi ajang interaksi dari *target audience* dan pemberi pesan.

5.2 Saran

Perancangan komunikasi visual *event* Honda Bikers Day 2013; Satu Hati Dalam Perbedaan ini dibuat dengan melalui serangkaian proses perancangan yang telah dipertimbangkan secara matang demi mendapatkan hasil yang terbaik. Namun tidak menutup kemungkinan terjadi kesalahan dalam proses penulisan maupun perancangannya karena masih banyak yang harus dipelajari lagi. Kesulitan dalam perancangan ini diakibatkan karena masih sedikit literatur yang membahas tentang *event organizer* dan gaya hidup *bikers*. Sehingga penulis harus turun sendiri ke lapangan untuk mencari informasi dan data – data dari *event organizer* dan melakukan studi *bikers* dengan melakukan wawancara dan *survey*.

Berdasarkan paparan di atas, maka penulis ingin memberi saran bagi yang berminat untuk membuat perancangan komunikasi visual sebuah *event* atau sejenisnya, yaitu sebagai berikut :

- a. Dalam proses pengumpulan data, harus selalu berpegang pada sumber – sumber yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Hal ini sangat penting karena data – data tersebut akan menjadi panduan dalam proses perancangan desain yang ada. Karena apabila data – data tersebut salah, maka hasil dari perancangan desain menjadi tidak maksimal.
- b. Perancangan yang baik dilakukan dengan melalui serangkaian proses tahapan – tahapan desain, mulai dari pengumpulan data, penjarangan ide, hingga eksekusi desain. Hal ini dimaksudkan agar tidak terjadi penyimpangan – penyimpangan ketika melakukan perancangan tersebut.
- c. Pemahaman mengenai teori - teori bukan hanya sekedar referensi yang digunakan dalam proses perancangan, namun teori tersebut harus benar – benar dipelajari dan dipahami untuk menunjang hasil yang maksimal.

Untuk kemajuan perkembangan *event – event* di tanah air, penulis memberi saran kepada *event organizer* selaku pihak penyelenggara *event*, yaitu :

- a. *Event* yang berhasil diukur dengan seberapa banyak orang yang hadir dalam acara tersebut dan seberapa besar orang yang dapat memahami pesan yang ingin dalam acara itu.
- b. Desain merupakan salah satu unsur yang sangat penting dalam sebuah *event*, karena desain dapat menentukan seberapa besar pesan dapat tersampaikan kepada *target audience*.
- c. Kesuksesan penyampaian pesan dalam sebuah acara sangat bergantung pada pengemasan pesan itu sendiri, sehingga harus diperlukan strategi menggunakan media – media desain yang interaktif dan tidak monoton dalam penyampaiannya.

Banyak pengalaman dan pelajaran yang didapat oleh penulis dalam proses perancangan tugas akhir ini. Banyak hal baru yang telah dipelajari namun masih banyak pula hal yang harus dipelajari lagi, dan tidak menutup kemungkinan terjadi kesalahan ataupun kekurangan – kekurangan yang tidak disengaja dalam proses perancangan komunikasi visual ini. Maka penulis mohon maaf atas ketidaksempurnaan dari karya ilmiah tugas akhir perancangan komunikasi visual *event* Honda Bikers Day 2013; Satu Hati Dalam Perbedaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, Hasan. 2007. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Beatrix, Sofie. 2006. *I Love To Organize*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kasali, Rhenald. 2003. *Membidik Pasar Indonesia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kusrianto, Adi. 2006. *Panduan Desain Komunikasi Visual*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- Madjadikara, Agus S. 2004. *Bagaimana Biro Iklan Memproduksi Iklan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Natoradjo, Sulyus. 2011. *Event Organizing Dasar-dasar Event Management*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Noor, Any. 2009. *Manajemen Event*. Bandung: Alfabeta.
- Sihombing, Danton. 2001. *Tipografi Dalam Desain Grafis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sunyoto, SadjimanEbdi. 2005. *Dasar-Dasar Tata Rupa dan Desain (Nirmana)*. Yogyakarta: PT. Arti Bumi Intaran.
- Suseno, Indro. 2009. *Untung Besar Bisnis Event Organizer*. Yogyakarta: Galang Press.

Pertautan :

- <http://www.astra-honda.com>
- <https://www.facebook.com/HondaBikersDay>
- <https://www.twitter.com/HondaBikersDay>
- <http://www.hondabikersday.com>
- <http://www.line.me>