

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Perancangan

Perancangan ini dibuat berdasarkan strategi *integrated marketing communication* yang biasanya digunakan sebagai bentuk pemasaran secara komersil tetapi dalam perancangan ini hanya menarik beberapa unsur didalamnya yang akan dikombinasikan ke dalam *integrated marketing communication non profit*. Sebenarnya keduanya saat ini sudah tidak terlihat perbedaannya karena saat ini *integrated marketing communication*, karena beberapa perusahaan telah menyadari bahwa yang dibutuhkan bukanlah pasar dan komunikasinya tetapi bagaimana perilaku publik saat ini, karena dari sinilah para marketer dapat melihat target pasarnya dan dapat membuat media yang sesuai. Maka dari itu dalam *integrated marketing communication* yang dikombinasikan *integrated marketing communication non profit* juga mengikuti prinsip menggunakan *brand awareness* dan juga *brand activation*.

Dengan pergerakan penyu'imbang dibutuhkan keduanya agar publik juga mengetahui bagaimana berprilaku ketika sedang berwisata ke alam yang masih termasuk habitat penyu. Perancangan untuk strategi *integrated marketing communication* ini dapat membantu pergerakan relawan banyu sebagai *non goverment organization*, tidak menutup kemungkinan strategi ini juga dapat digunakan organisasi *non profit*. Maka dari itu penekanan dari *integrated marketing communication* adalah kolaborasi dan *connecting* untuk menjalankannya jika dana terbatas. Karena dalam perancangan ini juga bertuan untuk mengajak aksi langsung maupun tidak langsung yaitu donasi.

2. Strategi

Jika biasanya integrtaed markeing communication digunakan perusahaan untuk memasarkan produknya, tetapi di perancangan gerakan penyu'imbang alam ini *integrated marketing communication*

dikombinasikan dengan integrated marketing communication non profit untuk membantu organisasi non profit dalam memasarkan objeknya. Dalam pengkombinasian strategi ini juga dibantu dengan pendekatan desain komunikasi visal. Karena integrated marketing communication menyampaikan pesan dengan media, cara menyampaikan pesan yang efektif dimedia dengan menggunakan desain untuk mengelola pesan menjadi lebih menarik untuk disajikan ke media. Kombinasi antara integrated marketing communication dan integrated marketing communication non profit didasarkan strategi dari Dwisapta dan praktek dari Jeff Davidoff. Menggunakan strategi dwi sapta untuk integrated marketing communication yang sesuai karakter orang indonesia sedangkan strategi Jeff Davidoff untuk integrated marketing communication non profit yang sesuai dengan kebutuhan gerakan organisasi non profit. Jika keduanya dikombinasikan maka akan terbenruknya integrated marketing communication non profit versi indonesia.Hal tersebut juga harus diperkuat dengan penyamaan mindset dan komitmen untuk menggerakkan organisasi non profit. Selanjutnya adalah penentuan media dengan di dasari brand dan brand non profit. Integrated marketing communication yang dikombinasikan dengan integrated marketing communication non profit menggunakan brand awareness dan brand activation dalam menentukan media yang digunakan untuk mengajak aksi dan donasi dalam gerakan penyu'imbang alam.

B. Saran

Ilmu marketing seharusnya dikembangkan juga di desain komunikasi visual. Karena perkembangan ilmu komunikasi yang dipadukan secara visual dibutuhkan dalam dunia marketing. Strategi *integrated marketig communication* sangatlah luas jangkauannya, para perancang muda harus dibekali ilmu marketing agar dapat menentukan media seperti apa yang baik untuk digunakan sesuai dengan masing-masing target pasarnya agar dapat difungsikan dengan baik perancangannya.

Dari perancangan *integrated marketing communication* gerakan penyu'imbang alam agar dapat memberikan gambaran sebuah inovasi

mengenai dunia marketing. *Integrated marketing communication* yang dipadukan dengan *integrated marketing communication non profit* dapat digunakan sebagai alat komunikasi visual untuk organisasi *non profit*.

Untuk merealisasikannya, saran untuk mahasiswa adalah mahasiswa adalah salah satu bagian lingkungan yang dapat menyumbangkan keahliannya untuk masyarakat, dan untuk mahasiswa desain komunikasi visual responlah masalah yang ada disekitar dengan mengetahui akar permasalahannya dan sebelum masuk ke proses visual sebelumnya gunakan metode maupun strategi yang cocok dengan permasalahannya agar rancangan yang dibuat sesuai fungsinya.

Untuk institusi pendidikan, Institut Seni Indonesia Yogyakarta dapat mengajarkan kepada calon *designer* muda untuk terus berinovasi dalam setiap karyanya untuk masuk ke dunia industri yang sesungguhnya.

Untuk organisasi dan masyarakat, diharapkan desain komunikasi visual dapat membantu memecahkan permasalahan sosial dan lingkungan. Dapat *designer* juga dapat memberikan kontribusi yang banyak untuk lingkungan dan juga masyarakatnya.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmadi, Candra & Dadang Hermawan. (2013), *E-Business & E-Commerce*, CV Andi Offset, Yogyakarta

Departemen Kelautan dan Perikanan RI. (2009), Pedoman Teknis Pengelolaan Konservasi Penyu, Jakarta: DKP

Gupta, Triambogo A. (2014), Penangkaran Penyu di Unit Pengelolaan Konservasi Penyu (UPKP) Sukamade, Taman Nasional Merubetiri, Kabupaten Banyuwangi Jawa Timur. Skripsi pada Fakultas Biologi UNSOED Purwokerto: tidak diterbitkan

Guzman, Francisco. (2005), A Brand Building Literature Review (ESADE) Excerpt from PhD Thesis “Brand Building Towards Social Values: Associating to Public Goods”.

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 Bhuana 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 Harfiyah Widiawati. (2007), Jalasutra, Yogyakarta

Masri, Andry. (2010), Strategi Visual, Jalasutra, Yogyakarta

Rustan, Surianto. (2009), Layout Dasar dan Penerapan, PT Gramedia, Jakarta

_____. (2010), Font & Tipografi, PT Gramedia, Jakarta

Sanyoto, Sadjiman Ebdi. (2010) NIRMANA Elemen-elemen Seni dan Desain, Jalasutra, Yogyakarta

Sulaksana, Uyung. (2007), *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION*
Teks dan Kasus, Pustaka Pelajar, Yogyakarta

Walker, John A. (1989) *Design History and the History of Design* atau Desain, Sejarah, Budaya; Sebuah Pengantar Komprehensif, terjemahan Laily Rahmawati. (2010), Jalasutra, Yogyakarta

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

Tautan

Admin (2014). Apa itu Event Organizer? [online]. *Last acceded on* September 27, 2015 at url: <http://www.belajarevent.com/apa-itu-event-organizer/>

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

Andar, Rusli & Creusa Hitipeuw (2012). Konsumi telur penyu ancam kesehatan manusia dan keseimbangan laut [online]. *Last acceded on* June 24, 2015 at url: <http://www.wwf.or.id/?24441/Konsumi-telur-penya-ancam-kesehatan-manusia-dan-keseimbangan-laut>

Dian, Mizan. Metode Pembelajaran Kreatif dengan Alat Peraga Boneka Tangan [online]. *Last acceded on* September 18, 2015 at url: http://googleweblight.com/?lite_url=http://www.mizandiansemesta.co.id/metode-pembelajaran-kreatif-dengan-alat-peraga-boneka-tangan/&ei=4TNpgcCg&Ic=idID&s=1&m=809&ts=1452386350&sig+ALL1Aj4uecoAk2B01QJPw7DcHC9kzFHUkQ

Fauziah, Lutfi, sumber: IFL Science (2015). Fosil Penyu Berusia 120 Juta Tahun ditemukan di Kolombia [online]. *Last acceded on* September 12, 2015 at url: <http://nationalgeographic.co.id/berita/2015/09/fosil-penya-berusia-120-juta-tahun-ditemukan-di-kolombia>

Feuniska (2016). BAB II -10 [online]. *Last acceded on* January 5, 2016 at url: <http://feunsika.ac.id/Jurnal-online/wp-content/uploads/2016/01/BAB-II-10.pdf>

Garecht, Joe. *Creating a Brand for Your Non-Profit* [online]. *Last acceded on* June 17, 2015 at url: <http://www.thefundraisingauthority.com/strategy-and-planning/creating-a-brand-for-your-non-profit/>

Hariyanto, S.Pd (2012). Pengertian Media Pembelajaran [online]. *Last accsesed on September 3, 2015* at url: <http://belajarpsikologi.com/pengertian-media-pembelajaran/>

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

Lovett, Leigh (2013). *Marketing for Good: Applying INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION to Non-Profits* [online]. *Last accsesed on April 22, 2015* at url: <http://www.vitaminintegratedmarketingcommunication.com/2013/05/marketing-for-good-applying-integrated-marketing-communication-to-non-profits/>

Mizzu, Sealkazz (2011). Ditemukan Fosil Kura - Kura Purba Archelon Ischyros [online]. *Last accsesed on August 28, 2015* at url: <http://www.ayeey.com/2011/01/apa-itu-archelon-archelon-yang-dalam.html>

Murti, Dhanu. (2009), Landasan Teori Buku Bergambar [online]. *Last accsesed on Desember 23, 2015* at url: <http://digilib.itb.ac.id/files/disk1/694/jbptitbpp-gdl-dhanumurti-34677-3-2009ta-2.pdf>

Narimo (2015). Bauran Promosi (*Promotion Mix*) dalam Pemasaran [online]. *Last accsesed on July 26, 2015* at url: <http://triknya.com/bauran-promosi-promotion-mix-dalam-pemasaran/>

Overman , Eric (2013). *5 Challenges to Effective Integrated Marketing for Nonprofits* [online]. *Last accsesed on Mei 20, 2015* at url: <http://www.imabgroup.net/posts/2013/september/5-challenges-to-effective-integrated-marketing-for-nonprofits.html?referrer=https://www.google.co.id/>

Palupi, Dyah Hasto (2014). Rahasia Kesuksesan *Brand activation* [online]. *Last accsesed on Desember 29, 2015* at url: <http://mix.co.id/headline/rahasia-kesuksesan-brand-activation>

Profauna Indonesia. Tentang Penyu Indonesia [online]. *Last accsesed on July 12, 2015* at url: <http://www.profauna.net/id/kampanye-penyu/tentang-penyu-indonesia#.VpHrzPl97Z4>

Pronocidro (2015). Strategi Promosi [online]. *Last accsesed on August 10, 2015* at url: <http://dokumen.tips/documents/strategi-promosi.html>

Renata, Anggie (2010), Graffiti Indonesia: Daftar Istilah [online]. *Last accsesed on January 5, 2015 at url: <http://www.littlehouseofrena.com/blog/graffiti-indonesia-terminology/>*

S. Muharman. Perencanaan Total Micro-Merchandising [online]. *Last accsesed on December 28, 2015 at url: <http://smf16.tripod.com/smfranchise/id11.html>*

Setyorini, Wahyu (2012). Cara Mengukur *Brand Equity* [online]. *Last accsesed on Mei 24, 2015 at url: <http://consumerbehavior.lecture.ub.ac.id/2012/03/cara-mengukur-brand-equity/>*

Student League (2015). Ambients ads: Cara Efektif untuk Melakukan Bercampaign [online]. *Last accsesed on November 19, 2015 at url: <http://lspn.edu/studentleague/?project=ambient-ads-cara-efektif-untuk-melakukan-bercampaign>*

Tama, Widya. BAB 2 Tinjauan Pustaka [online]. *Last accsesed on January 5, 2016 at url: <http://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/6368/Bab%202.pdf?sequence=10>*

Tea, Romel (2014). Media Online: Pengertian dan Karakteristik [online]. *Last accsesed on September 14, 2015 at url: <http://www.romelteamedia.com/2014/04/media-online-pengertian-dan.html>*

Team Pindexain (2014). Apa Itu Swiss Style Typography atau *International Typographic Style?* [online]. *Last accsesed on December 12, 2015 at url: <http://www.pindexain.com/apa-itu-swiss-style-typography/>*

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

Tohir, Muhammad. (2014), Pengertian *Direct Marketing* [online]. Last accsesd on December 12, 2015 at url: <http://www.lebahmaster.com/bisnis-2/manajemen-bisnis/pengertian-direct-marketing>

Universitas Ahmad Dahlan. Menyelamatkan Kepunahan Penyu [online]. *Last accsesed on Mart 10, 2015 at url: <http://uad.ac.id/id/menyelamatkan-kepunahan-penyu>*

Unknow. BAB 2 -08108244022.pdf [online]. *Last accsesed on September 9, 2015 at url: <http://eprints.uny.ac.id/9809/3/BAB%202-08108244022.pdf>*

Wuri, Yulinda (2013). *Brand activation* [online]. Last accesed on January 5, 2016 at url: <http://yulindawuri.wordpress.com/2013/03/11/brand-activtion/>

Yayasan Penyu Laut Indonesia. Mengenal Penyu [online]. Last accesed on July 6, 2015 at url: http://seaturtle.or.id/?page_id=106

Narasumber

Nama : Dwi Wulandari
Umur : 27 tahun
Pekerjaan : Jurnalis Mix Magazine
Alamat : Jl Taman Jatibaru Barat No.16 Jakarta Pusat, Kantor Mix Magazine

Nama : Ir. Dasuki
Umur : 48 tahun
Pekerjaan : Pengelola Konservasi Penyu di Pantai Pelangi
Alamat : Pantai Pelangi, Desa Parangtritis, Kecamatan Kretek, Kabupaten Bantul, Yogyakarta

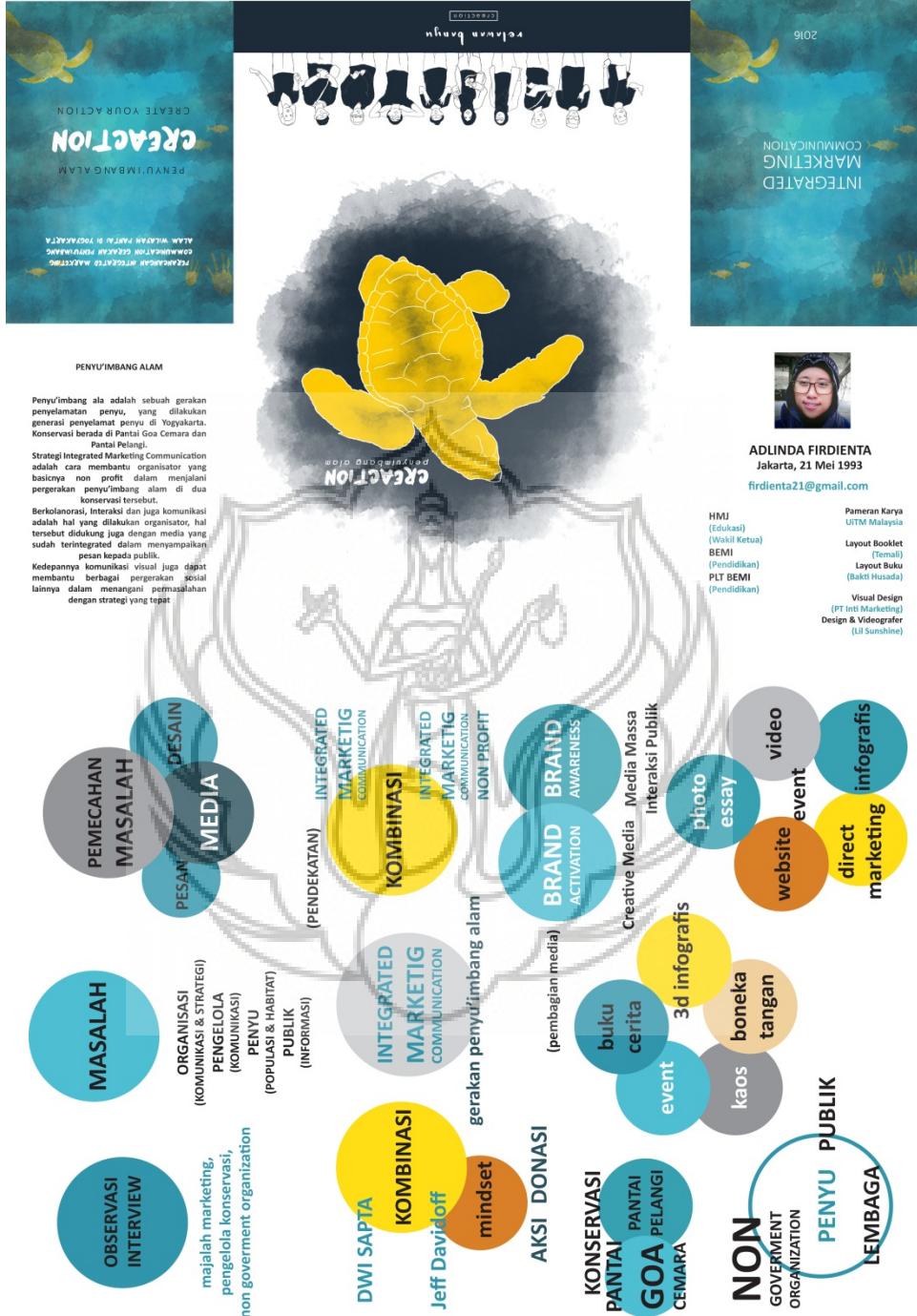
Nama : Sarwidi
Umur : 49 tahun
Pekerjaan : Jaga parkir & Pengelola Konservasi Penyu di Pantai Pelangi
Alamat : Desa Parangtritis, Kecamatan Kretek, Kabupaten Bantul, Yogyakarta

Nama : Subagyo
Umur : 43 tahun
Pekerjaan : Nelayan & Pengelola Konservasi Penyu di Pantai Goa Cemara
Alamat : Pantai Goa Cemara, Patihan, Gadingsari, Sanden, Kabupaten Bantul, Yogyakarta

Nama : Yhanu Suryo
Umur : 26 tahun
Pekerjaan : Relawan Banyu
Alamat : Tegalrejo no.446 RT 16 RW 16 Plumpon, Banguntapan, Bantul Yogyakarta

LAMPIRAN

A. Katalog



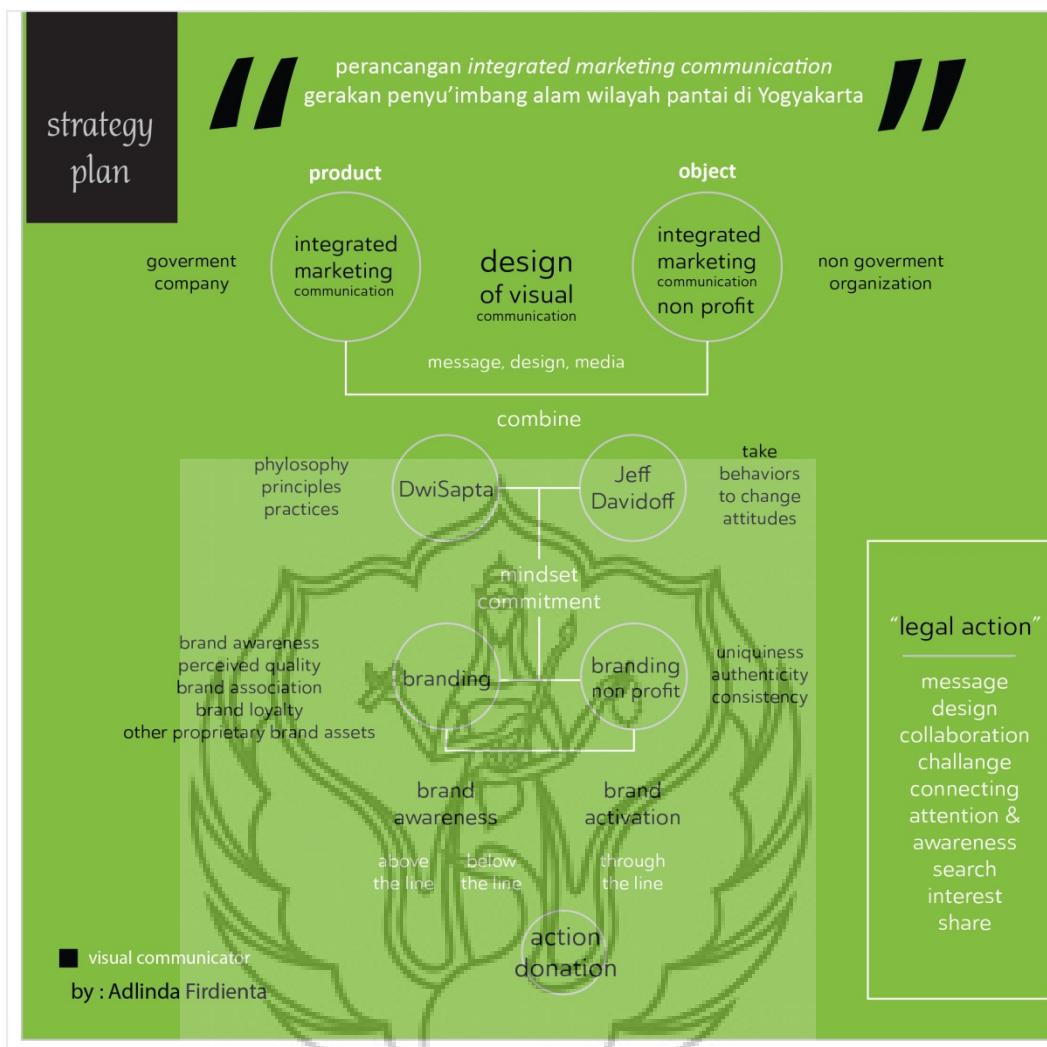
Lampiran 01.Katalog
(Sumber: Adlinda Firdienta)

B. Poster Pameran



Lampiran 02.Poster Pameran Tugas Akhir
(Sumber: Adlinda Firdienta)

C. Strategi Kombinasi Integrated Marketing Communication



Lampiran 03.Strategi IMC non profit
(Sumber: Adlinda Firdienta)

D. Display Pameran



Lampiran 04.Proses Display
(Sumber: Riska Hasnawaty)



Lampiran 05.Display Perancangan dari Samping
(Sumber: Adlinda Firdienta)



Lampiran 06.Display Tampak Depan
(Sumber: Adlinda Firdienta)



Lampiran 07.Perancangan *Integrated Marketing Communication* non profit
(Sumber: Adlinda Firdienta)

ABSTRACT

DESIGN OF INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION FOR PENYU'IMBANG ALAM'S MOVEMENT AROUND BEACH AT YOGYAKARTA

Adlinda Firdienta

1112164024

Sea turtle was one species that's threatened with extinction, now population's sea turtle getting down the worlds. If the sea turtle extincted then there wasn't balance of ecosystems at sea and land. Threatened extinction of sea turtles make Relawan Banyu organization non government moves to help preserve the ecosystem by assisting sea turtle at Sea Turtle Conservation located in Goa Cemara's beach and handle Conservation in Pelangi's beach.

Integrated marketing communication a marketing strategy that connects the message to media. This strategy was used as an ongoing effectiveness of marketing activities. While the non-profit integrated marketing communications is the equation of integrated marketing communications in general, but used as a social activity and movement or marketing don't use cost much. In determining the media used integrated marketing communications by using brand awareness and brand activation.

In social movement requires a strategy that can help marketing campaign movement in the object was lifted so that it can be lived and well structured. Social activities with unified communications strategy also takes visual communication design in building media used in marketing object.

Keywords

Sea Turtle, Conservation movement, Relawan Banyu, Integrated Marketing Communication