

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Kesimpulan yang bisa ditarik dari seluruh proses atau rangkaian perancangan ini dapat dikemukakan sebagai berikut :

1. Seni pertunjukan tradisional Reyog Ponorogo di *Jawa Timur Park* perlu suatu perancangan komunikasi visual yang menarik dengan menampilkan karya desain yang lebih komunikatif, sehingga dapat ditangkap oleh *audience* secara mudah dan cepat.
2. Promosi yang berkesinambungan sangat diperlukan dalam perancangan karya desain seni pertunjukan tradisional Reyog Ponorogo di *Jawa Timur Park*.
3. Dengan menanamkan *image* dan citra perusahaan lewat berbagai media komunikasi yang disusun secara menarik maka akan menjadikan Reyog Ponorogo sebagai seni pertunjukan tradisional yang baik.
4. Efektifitas komunikasi visual yang digunakan oleh seni pertunjukan Reyog Ponorogo di *Jawa Timur Park* tergantung pada strategi media dan kreatifitas desain.

B. Saran

Beberapa saran yang dapat disampaikan kepada seni pertunjukan Reyog Ponorogo di *Jawa Timur Park* sehubungan dengan pembuatan perancangan ini yaitu :

1. Hendaknya seni pertunjukan tradisional Reyog Ponorogo di *Jawa Timur Park* lebih meningkatkan komunikasi korporat terutama untuk menonjolkan fasilitas-fasilitas *one stop service*-nya yang juga merupakan keunggulan dari *Jawa Timur Park*. Sehingga citra perusahaan dapat diketahui secara jelas dan benar oleh masyarakat.

2. Mengemas seni pertunjukan tradisional Reyog Ponorogo di *Jawa Timur Park* ini sangat penting dan perlu diaktualkan sebagai seni budaya bangsa agar generasi muda masih tetap mengenal dan dapat menikmatinya sehingga timbul rasa untuk mencintai.
3. Dengan konsep perancangan ini penulis berharap dapat menarik publik untuk mau mendapatkan informasi yang lebih banyak mengenai *Jawa Timur Park* melalui seni pertunjukan tradisional Reyog Ponorogo ini.



DAFTAR PUSTAKA

A. BUKU :

- Carter, David E., *Designing Corporate Identity Program For Small Corporations*, Art Direction Book Company, New York, 1984.
- Effendy, Unong Uchjana, *Hubungan Masyarakat : Suatu Studi Komunikologis*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, 1992.
- , *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*, Rosdakarya, Bandung, 2002.
- Kasali, Rhenald, *Manajemen Periklanan, Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*, Pustaka Utama Grafiti, Jakarta, 1995.
- Lupiyodi, Rambat, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta, 2001.
- M. Coltman, Michael, *Tourism Marketing*, Van Nostrand Reinhold, New York, 1989.
- Meelung, Gonnie Siegel, *Bagaimana Mempromosikan Usaha Anda*, Dahara Prize, Semarang, 1990.
- Musanef, *Manajemen Usaha Pariwisata di Indonesia*, PT. Gunung Agung, Jakarta, 1989.
- Napoles, Veronica, *Corporate Identity Design*, Van Nostrand Reinhold, New York, 1988.
- Ogilvy, David, *Pengakuan Orang Iklan*, Pustaka Tangga, Jakarta, 1982.
- Russel, J. Thomas, W. Ronald Lane, *Kleppner's Advertising Procedure : Fourteenth Edition*, New Jersey : Prentice Hall Inc. 1995.
- Suharto, Frans, *Perumusan Tujuan Serta Strategi Media Periklanan*, Makalah Seminar Periklanan PPPI-UGM, Yogyakarta, 09-12 September 1987.
- Wells, William, John Burnett, Sandra Moriarty, *Advertising Principle and Practice*, New Jersey : Prentice Hall Inc. 1995.

Yadin, Daniel L., *Creating Effective Marketing Communication*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 1999.

B. PENERBITAN KHUSUS

Pemerintah Kabupaten Daerah Tingkat II Ponorogo, *Pedoman Dasar Kesenian Reyog Ponorogo Dalam Pentas Budaya Bangsa*, Ponorogo, 1993.

PT. Bunga Wangsa Sejati : *Profil Jawa Timur Park*.
Visi Jawa Timur Park dalam rangka Pemberdayaan Iptek.

C. ARTIKEL SURAT KABAR DAN MAJALAH

Wisata Kota Batu : Bak Mutiara Dalam Lumpur, 17 Maret 2002, *Batu Post*, h. 4

Dalam Majalah Prit, William Golden, 1959.

