

V. PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat ditarik dari keseluruhan perancangan Desain Komunikasi Visual, Wisata Taman Laut Nasional Bunaken adalah sebagai berikut :

1. Dengan Perancangan ini dapat membentuk suatu image dan pencitraan yang kuat dan benar tentang bagaimana sebenarnya wisata taman laut Nasional Bunaken, sehingga mampu menarik khalayak secara rutinitas melakukan kunjungan wisata ke Bunaken.
2. Tidak ada lagi promosi yang rancu, saling tumpang tindih antara instansi-instansi pemerintah dan swasta dalam pengelolaan wisata taman laut Nasional Bunaken karena berpatokan pada satu model perancangan Komunikasi Visual.
3. Desain-desain poster, kalender, brosur, logo, dan sign board diharapkan dapat membantu dan mendukung promosi wisata taman laut Nasional Bunaken oleh Pemerintah Daerah dan pihak-pihak swasta, pada jalur yang benar.
4. Desain-desain *merchandise* dapat menjadi contoh dan patokan bagi para pengrajin dalam usahanya mengembangkan usaha dan

menghidupi keluarganya. Dan terutama dapat mewakili pencitraan Bunaken itu sendiri.

B. SARAN

Agar wisata taman laut Nasional Bunaken senantiasa eksis, Pemerintah daerah dan instansi terkait dengan pengelolaannya dapat melakukan hal-hal sebagai berikut :

- a. Promosi Bunaken tidak sekedar dilakukan dalam bentuk ceremonial dan terkesan mewah dan heboh dalam sesaat kemudian sepi dari pengunjung karena hal tersebut hanya menghamburkan biaya.
- b. Membangun Starting Point untuk akses ke Bunaken dan pengaturan jadwal keberangkatan yang selalu tepat waktu.
- c. Mengorganisir promosi Bunaken yang berkesinambungan disetiap peluang media-media promosi.
- d. Menempatkan sign board di tempat-tempat yang strategis guna membantu khalayak yang akan ke Bunaken.
- e. Membangun dan mengorganisir sentra-sentra industri kerajinan yang berhubungan dengan promosi Bunaken dan berpatokan pada satu style, misalnya disetiap bentuk kerajinan apapun termasuk merchandise harus menggunakan logo Bunaken ntuk menyatukan pencitraan Bunaken sebagai kawasan wisata taman laut Nasional.

KEPUSTAKAAN

- Ackerman, Laurence D, *Identity Is Destiny, Kepemimpinan dan Landasan Penciptaan Nilai*, Jakarta, P.T Gramedia Pustaka Utama 2004.
- Carter, David E, *Designing Corporate Identity Program For Small Corporation*, Art Direction Book Company, New York, 1984.
- Eco, Umberto, *Teori Semiotika, Signifikasi Komunikasi, Teori Kode, Serta Teori Produksi Tanda*, Kasihan Bantul, Kreasi Wacana 2009.
- Kasali, Rhenald, *Manajemen Periklanan, Konsep dan Aplikasinya*, Jakarta, Pustaka Utama Grafiti 1995.
- Klimchuk, Rosner Marianne and Sandra A. Krasovec, *Desain Kemasan-Perencanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep sampai Penjualan*, Jakarta, Erlangga 2006.
- Lawson, Bryan, *Bagaimana cara berpikir desainer*, Yogyakarta, Jalasutra 2007
- Lee, Monle & Carla Johnson, *Prinsip-prinsip Pokok Periklanan dalam Perpektif Global*, Jakarta, Kencana 2007.
- Napoles, Veronica, *Corporate Identity Design*, Van Nostrand Reinhold, New York 1988.
- Ogilvy, David, *Pengakuan Orang Iklan*, Jakarta, Pustaka Tangga, 1982

- Pitana, I Gede, Gayatri, Putu G, *Sosiologi Pariwisata*, Yogyakarta, Andy offset 2005.
- Piliang Yasraf Amir, *Hipersemiotika, Tafsir Cultural Studies atas Matinya Makna*, Yogyakarta, Jalasutra 2003.
- Rustan, Surianto, *Mendesain Logo*, Jakarta, P.T Gramedia Pustaka Utama 2009.
- Rustan Surianto, *Huruf Font Tipografi*, Jakarta, P.T Gramedia Pustaka Utama 2011..
- Sihombing, Danton, *Tipografi dalam desain grafis*, Jakarta, P.T Gramedia Pustaka Utama 2001.
- Suyanto, M, *Aplikasi Desain Grafis Untuk Periklanan*, Yogyakarta, C.V Andi offset 2004
- Supriyono, Rakhmat, *Desain Komunikasi Visual, Teori dan Aplikasinya*, Yogyakarta, C.V Andi Offset 2010
- Suwantoro, Gamal, *Dasar-dasar Pariwisata*, Yogyakarta, C.V Andi offset 2004.
- Tinarbuko, Sumbo, *Semiotika Komunikasi Visual*, Yogyakarta, Jalasutra 2008
- Wells, William, John Burnen, Sandra Moriaty, *Advertising Principle and Practice*, New jersey : Prentice Hall Inc. 1995.
- Widyatama Rendra, *Pengantar Periklanan*, Yogyakarta, Pustaka Book Publisher 2009

Williamson Judith, *Decoding Advertisements-Membedah Ideologi dan Makna dalam Periklanan*, Yogyakarta, Jalasutra 2007.

Dinas Pariwisata Propinsi Sulut, Data Bunaken. 2007.

Frans, Raymond N.(30 Oktober 2008)” Fenomena Taman Laut Bunaken ”.

Berita Opini Redaksi dan Pembaca. Harian Komentor Sulawesi Utara

Website:

<http://www.kamusbesar.com/7267/citra>. 12 Juli 2012

<http://www.budpar.go.id/budpar/asp/detil.asp?c=16&id=1743>) 14 april 2012.

<http://www.rajalaut-bunaken.com>. 12 Juli 2012.

<http://www.bunakenchacha.com/>. 12 Juli 2012.

<http://www.zazzle.com/>. 24 Juli 2012.

<http://www.bubblevision.com/underwater-videos/Bunaken>. 8 Juli 2012.

<http://seaworldparks.com/seaworld-sandiego>. 24 Juli 2012.

<http://buzzinn.net/billboards-that-will-surely-drag-your-attention/>. 24 Juli 2012.

<http://www.hawaiiifun.org/Maui+Ocean+Center.shtml>. 26 Juli 2012.

<http://www.dailymail.co.uk/news/article-2071890/She-say-Pennsylvania-Liquor-Control-Board-pulls-controversial-ad-blames-date-rape-victims-victims-friends-receiving-hundreds-complaints.html>. 15 Juni 2012.