

BAB V

PENUTUP

D. Kesimpulan

Waju-Waju merupakan *brand* yang dirancang bersama dengan kesempatan menyusun tugas akhir. Usulan dibalik nama Waju-Waju secara ringkas mewakili sebuah sektor pariwisata kota yang akan disampaikan dengan konsep dasar membuat alternatif cenderamata atau merchandise untuk kepariwisataan kota Makassar. Dengan adanya perancangan *brand* Waju-Waju yang mewakili masyarakat kota Makassar diharapkan menjadi wujud ekspresi atas kecintaan dan kebanggaan masyarakat terhadap kota Makassar, sehingga kedepannya dapat berpengaruh positif ke kota Makassar.

Perancangan *brand* dan *merchandise* dari Waju-Waju telah melalui berbagai proses dalam pengerjaan perancangannya, pengerjaan tersebut melalui proses pemikiran, proses bekerja, proses diskusi, dan proses introspeksi. Hasil dari proses diharapkan agar perancangan *brand* dari Waju-Waju dapat menarik perhatian wisatawan akan potensi pariwisata kota Makassar.

Benang merah dari perancangan ini pada akhirnya, Waju-Waju sebagai *brand* yang menghasilkan atau memproduksi *merchandise* pariwisata kota Makassar masih menjadi motivasi besar bagi penulis untuk benar-benar direalisasikan untuk kedepannya. Perancangan brand dalam hal ini masih merupakan sebuah gagasan yang merespon potensi kota Makassar yang sangat besar dan produk yang dihasilkan dalam perancangan ini masih sebatas sample. Namun, perancangan ini akan menjadi landasan starting untuk proyek jangka panjang bila benar-benar terlaksana nantinya.

E. Saran

Potensi pariwisata seharusnya lebih direspon lagi oleh pemerintah kota Makassar dalam hal ini dukungan penuh untuk masyarakat yang secara tidak langsung berkontribusi untuk kota Makassar, terlebihnya di sektor pariwisata. Dari dukungan juga diharapkan lahir inovasi-inovasi yang saling menguntungkan tentunya, melihat dari perancangan merchandise pariwisata kota Makassar yang membawa citra dari kota Makassar sehingga dapat lebih dikenal melalui proses kreatif merchandise.

Penulis menyadari bahwa semakin hari ilmu pengetahuan semakin berkembang yang bersifat hibrid dan keadaan diluar sana inovasi terus akan berkembang seiring manusia masih berfikir kreatif dalam usaha kerja kreatif yang produktif. Melihat keadaan tersebut, penulis meninggalkan saran kepada mahasiswa Desain Komunikasi Visual agar dalam proses pembelajaran memberi sedikit ruang berfikir keluar dari lingkungan disiplin pendidikan yang formal. Dari pengalaman diluar pendidikan formal secara sadar maupun tidak sadar akan mendapatkan ilmu-ilmu yang sangat beragam dari rana Desain Komunikasi Visual dan bahkan akan mendapat tambahan ilmu dari lintas studi yang akan banyak ditemui. Dari ilmu-ilmu yang didapatkan dari pengalaman setidaknya menjadi kekuatan tambahan dalam pembelajaran Desain Komunikasi Visual.

Daftar Pustaka

1. Buku

- Anshori, Junaedi. 2010. Sejarah Nasional Indonesia: Masa Prasejarah. Sampai Masa Proklamasi Kemerdekaan. Jakarta: PT Mitra Aksara.
- I Gde Pitana., & Putu G, Gayatri. (2005). Sosiologi Pariwisata. Yogyakarta : CV Andi Offset.
- Kusrianto, Adi. 2007. "Pengantar Desain Komunikasi Visual". Yogyakarta : Andi offset.
- Maharsi, Indira. 2013. "Tiphografi". Yoyakarta : CAPS (Centre For Academic Publishing Service)
- Moriarty, Sandra. Mitchel, Nancy. Wells, William. 2009. "Advertising" Jakarta : Kencana.
- Rosner, Marianni, Krasovec A, Sandra. 2007. "Desain Kemasan Perencanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai Dari Konsep Sampai Penjualan". Jakarta : Erlangga.
- Rustan, Suriyanto. 2009. "Mendesain Logo". Jakarta: PT Gramedia
- Sutiono, Rudi. 2009. "Visual Merchandising Atraction" Jakarta : Gramedia Utama.
- Rustam, Suryanto. 2010. "Huruf Typhografi". Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sanyoto, Sadjiman. 2009. "Nirmana Elemen-Elemen Seni dan Desain". Yogyakarta : Jalasutra.
- Suwantoro, Gamal. 2004. "Dasar-Dasar Pariwisata". Yogyakarta Andi Offset.
- Tjiptono, Fandi. 2005. "Brand Management and Strategi". Yogyakarta : Andi Offset.

2. Jurnal

- Richardson, John and Martin Fluker. 6 Desember 2004. "*Understanding and Managing*"
- de Chernatony and McDonald. 1998, "have identified eight distinct functions of brands"
- Jean-Noël Kaprefer, 1997 "Strategic Brand Management: Creating and Sustaining Brand Equity Long Term"

3. Website

- Dikson, "10 Kota Terbesar di Indonesia Menurut Jumlah Penduduknya", 14 September 2016 (<http://ilmupengetahuanumum.com/10-kota-terbesar-di-indonesia-menurut-jumlah-penduduknya/>).
- Marzuki Sartika, "kunjungan wisatawan lokal ke kota Makassar meningkat berikut datanya" 14 September 2016 (<http://makassar.rakyatku.com/post/kunjungan-wisatawan-lokal-ke-kota-makassar-meningkat-berikut-datanya.html>).
- Antara, "Sektor Pariwisata Berkotribusi Besar dalam PAD Makassar", 16 September 2016 (<http://www.beritasatu.com/nasional/213319-sektor-pariwisata-berkotribusi-besar-dalam-pad-makassar.html>).
- Dagadu, "Apa Itu Dagadu ?" 17 September 2016 (<http://www.dagadu.co.id/bantuan/tentang-dagadu-djokdja>).
- Jogger, " Tentang" 17 September 2016 (<http://www.jogerjelek.com/joger-jelek/>).
- Kota Makassar, "Sejarah Kota Makassar" 17 Februari 2017 (<http://makassar.kota.go.id/105-sejarahkotamakassar.html>).
- Kasim Nur, " Sejarah dan Perkembangan Kota Makassar" 19 Februari 2017 (<https://nurkasim49.blogspot.co.id/2011/12/i.html>).
- Macho, "Profile Kota Makassar" 21 Februari 2017 (http://aa-makassar.blogspot.co.id/2009/12/profil-kota-makassar_7742.html).
- Israil Rahmatullah, "Sembilan Suku Di Sulawesi Selatan" 21 Februari 2017 (<https://israilrahmatullah.wordpress.com/2013/06/19/sembilan-suku-di-sulawesi-selatan/>).
- H Ameliya Reski, "Budaya Tradisional Makassar" 21 Februari 2017 (<http://budayatradisional.blogspot.co.id/2008/11/di-wilayah-sulawesi-selatan-suku-bangsa.html>).
- Dzargon, "Sejarah Badik, Senjata Khas Sulawesi Selatan" 21 Februari 2017 (<http://www.dzargon.com/2015/02/sejarah-badik-senjata-khas-sulawesi.html>).
- Jatim Pos, "Cinderamata Sarana Kenalkan Daerah Tujuan Wisata" 18 April 2017 (<http://jatimpos.co/en/pariwisata/681-cinderamata-sarana-kenalkan-daerah-tujuan-wisata>).
- Distrodoc, "Pengertian dan Contoh Cinderamata" 18 April 2017 (<http://www.distrodoc.com/302-pengertian-dan-contoh-cinderamata>).
- Adriadi, "Apa itu Merchandise ?" 19 April 2017 (<http://blog.lokerbandaaceh.com/2016/12/apa-itu-merchandise-apa-itu.html>).
- Widjianto Tulus, "APA SIH BEDANYA CLOTHING DENGAN DISTRO ?" 22 April 2017 (<http://www.kioskami.us/blog/apa-sih-bedanya-clothing-dengan-distro>).