

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Taman Rekreasi Kids Fun Parcs Yogyakarta merupakan tempat rekreasi cabang dari Kids Fun Parcs yang berkantor pusat di Belanda. Cabang-cabang dari Kids Fun Parcs Belanda tersebar di beberapa kota di Eropa. Di Yogyakarta sendiri merupakan cabang pertama di Indonesia dan merupakan cabang ke 18. Taman Rekreasi Kids Fun Parcs Yogyakarta sendiri baru dibuka kurang lebih satu tahun yang lalu, yaitu pada bulan Januari 1997.

Sebagai sebuah tempat rekreasi yang baru dibuka, tentunya diperlukan kegiatan promosi yang berkesinambungan untuk menyebarkan informasi mengenai Taman Rekreasi Kids Fun Parcs Yogyakarta. Sampai saat ini memang sudah pernah dilakukan beberapa kegiatan promosi, tetapi masih kurang terprogram dengan baik.

Pada perancangan komunikasi visual ini tema pokok yang diangkat mengambil kelebihan yang ditawarkan Taman Rekreasi Kids Fun Parcs Yogyakarta yaitu tersedianya berbagai macam permainan yang baru dan modern yang dapat melatih daya pikir dan imajinasi seorang anak.

Keberadaan media yang terpilih dalam pelaksanaan perancangan komunikasi visual perlu diberi sentuhan yang memiliki kesatuan atau keseragaman antar media. Hal ini diperlukan agar semua program komunikasi visual dari Taman Rekreasi Kids Fun Parcs Yogyakarta ini lebih mudah

tertanam dan membentuk identitas tersendiri dalam benak khalayak sasaran. Garis besar keseragaman itu terletak dari unsur-unsur pemilihan warna, ilustrasi dan tipografi. Secara verbalpun dimungkinkan penyampaian pesan dilakukan dengan gaya bahasa yang sama dengan menyesuaikan khalayak sasaran. Kegiatan program perancangan komunikasi visual/promosi keberhasilannya didukung oleh marketing mix, tidak harus 100% berhasil. Tetapi tanpa kegiatan promosi, suatu usaha akan sulit dikenal oleh masyarakat. Dan dengan ditentukannya langkah-langkah secara lebih terarah dan sistematis, diharapkan program perancangan komunikasi visual ini akan lebih mudah mencapai tujuan.

B. Saran

Saran yang dapat penulis berikan adalah sebagai sebuah tempat rekreasi yang belum terlalu lama dibuka, tentunya diperlukan kegiatan promosi yang lebih teratur dan berkesinambungan. Yang terjadi selama ini adalah kegiatan promosi yang dijalankan oleh Taman Rekreasi Kids Fun Parcs Yogyakarta kurang terprogram dengan baik. Sehingga apa yang penulis susun ini dapat memberikan masukan bagi pihak pengelola Taman Rekreasi Kids Fun Parcs Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa pemecahan masalah khususnya dalam perancangan komunikasi visual tidak akan tuntas sepenuhnya seiring dengan perubahan-perubahan yang terjadi dalam masyarakat, permasalahan yang baru akan selalu muncul. Namun ini adalah sebuah penawaran dan sebagai alternatif

bagi pihak pengelola Taman Rekreasi Kids Fun Parcs Yogyakarta. Dan penulis juga berharap bahwa apa yang telah tertulis ini akan dapat memberikan sumbangan pengetahuan baru terhadap dunia ilmu pengetahuan, khususnya Disain Komunikasi Visual.



DAFTAR PUSTAKA

- Farbey, AD, *How to Produce Successful Advertising (Kiat Sukses Membuat Iklan)*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 1997
- Philip Kotler, Gary Armstrong, *Dasar-dasar Pemasaran*, Intermedia, Jakarta, 1996
- Rhenald Kasali, *Manajemen Periklanan : Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*, Pustaka Utama Grafiti, Jakarta, 1992
- Russel J. Thomas, Lane W. Ronald, *Kleppner's Advertising Procedure*, Thirteenth Edition, Prentice Hall Inc., New Jersey, 1996
- Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa Indonesia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta, 1995
- Wells. William, Burnett. John, Moriarty. Sandra, *Advertising : Principles and Practice*, Prentice Hall Inc., New Jersey, 1995