

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Festival Krakatau yang sampai saat ini sudah diselenggarakan hingga 22 kali sejak tahun 1990 tentunya memperlihatkan bahwa acara ini memiliki eksistensi yang tinggi dalam upaya mempromosikan kebudayaan dan pariwisata Provinsi Lampung kepada masyarakat luas. Namun, promosinya belum terintegrasi dengan baik dan tidak dikemas secara menarik sehingga masyarakat umum, khususnya generasi muda kurang berminat atau bahkan tidak tahu tujuan dari acara ini. Pada dasarnya kebudayaan dan pariwisata Provinsi Lampung memiliki *Unique Selling Proposition* yang menarik apabila dikemas dengan tepat sehingga menarik minat dan keinginan target audiens. Latar belakang dari festival ini untuk memperingati dahsyatnya letusan Gunung Krakatau pada tahun 1883 kemudian dikemas sedemikian rupa untuk mempromosikan potensi pariwisata Provinsi Lampung yang salah satunya adalah Gunung Anak Krakatau yang masih aktif hingga saat ini.

Melalui hasil rancangan sosialisasi Festival Krakatau ini, ada beberapa kesimpulan yang bisa diambil, yaitu:

1. Lampung memiliki objek pariwisata yang sangat beragam dan berpotensi untuk terus dikembangkan. Namun tidak didukung dengan perhatian dari pemerintah, masyarakat dan wisatawan untuk melestarikan objek wisata tersebut. Hal ini berdampak pada sulitnya penyampaian informasi akan keindahan sektor pariwisata Lampung.
2. Untuk mendekati target audiens dengan acara ini diperlukan strategi komunikasi visual yang mampu mencuri perhatian target audiens juga mampu mengajak audiens untuk mencintai dan melestarikan budaya dan pariwisata Lampung.
3. Acara ini akan semakin menarik apabila dari sisi acara, sektor pariwisata dan budaya di Provinsi Lampung saling mendukung satu sama lain, karena acara

yang menarik akan menarik minat calon wisatawan untuk mengunjungi tempat-tempat pariwisata yang dipromosikan, dan tempat pariwisata yang menarik akan menambah jumlah wisatawan yang datang. Tentunya hal ini didukung dengan komunikasi visual yang terintegrasi.

B. Saran

Perancangan Media Komunikasi Visual serta Media Pendukung Promosi Festival Krakatau 2013 ini tentunya menggunakan beberapa literatur serta strategi komunikasi dan pemasaran untuk mendukung prosesnya. Namun dalam proses perancangan terdapat beberapa kendala yang sering muncul apabila penguasaan terhadap tema perancangan masih belum sempurna.

1. Untuk memajukan sektor pariwisata Lampung tidak hanya diperlukan sebuah promosi pariwisata seperti acara Festival Krakatau, peran pemerintah dan masyarakat untuk melestarikan dan merawat potensi daerahnya tetap harus dijaga. Seperti tema dari perancangan ini yang menonjolkan keeksotisan Provinsi Lampung, hal-hal seperti potensi alam, adat istiadat, tarian daerah, bahasa daerah dan lain sebagainya yang harus tetap dijaga dan dilestarikan.
2. Jenis acara yang ditampilkan hendaknya perlu dipikirkan dengan seksama. Karena jenis acara merupakan faktor penting dalam menarik jumlah target audiens acara ini.
3. Dalam perancangan promosi sebuah acara sejenis, referensi tentang strategi komunikasi, strategi pemasaran dan literatur-literatur pendukung sangat dibutuhkan dalam pengaplikasiannya.
4. Referensi yang *update* tentang dunia komunikasi visual mulai dari ilmu pengetahuan, ide, dan media akan sangat membantu serta menentukan output perancangan yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- A. Yoeti, O. (2008), *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*, Jakarta: PT. Pradnya Paramita.
- Armstrong, Garry & Philip Kotler (2007), *Marketing An Introduction (Eight Edition)*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Anang Hidayat, *Strategi Six Sigma*, 2007, Jakarta: Elex Media Komputindo
- Buchari Alma, 2007, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta.
- Cenadi, Christine Suharto, 1999, *Corporate Identity, Sejarah dan Aplikasinya*. Makalah Jurusan Desain Komunikasi Visual. Jakarta: Universitas Kristen Petra.
- Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia-Pusat Bahasa – edisi keempat* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2011)
- Dewantara, Ki Hadjar, 1994, *bagian Kedua: Kebudayaan-cetakan kedua*, Majelis Luhur Persatuan Taman Siswa.
- Djaslim Saladin, , 2002, *Manajemen Pemasaran*, Bandung: PT. Linda Karya.
- Kasali, Rhenald, 2000, *Manajemen Public Relations*, Jakarta : PT. Temprint.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia Cetakan ke-8*, 1998, Jakarta: Balai Pustaka
- Kasilo, Djito, 2008, *Komunikasi Cinta*, Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.
- Koentjaraningrat, 1990, *Metode-metode Penelitian Masyarakat*, Jakarta: Pustaka Jaya.
- Kotler, Phillip, (2005), *Manajemen Pemasaran*, Alih Bahasa: Hendra Teguh, Ronny A. Rusli dan Benyamin Molan, Jakarta: Prenhallindo.
- Nancy R. Tague, 2005, *The Quality Toolbox*, ASQ Quality Press.
- Pendit, Nyoman S, 1994, *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*, Jakarta: PT. Pradnya paramita.

Sandra dkk, 2009, *Advertising*. Alih Bahasa Tribowo B.S, Jakarta: Kencana.

Sanyoto, Sadjiman Ebdi, Drs, 2005, *Dasar-Dasar Tata Rupa dan Desain*. Yogyakarta.

Sanyoto, Sadjiman Ebdi, 2006, *Metode Perancangan Komunikasi Visual Periklanan*, Yogyakarta: Dimensi Press.

Pertautan :

<http://www.gunungkrakatau.com/travel-guide-gunung-krakatau-ujung-kulon/krakatau-tour/gunung-krakatau.html> (diakses pada tanggal 17 September 2012, jam 11.12 WIB)

<http://allevents.in/events/festival-krakatau-xxii-2012/362782447080518> (diakses pada tanggal 17 September 2012, jam 10.12 WIB)

<http://isbedystiawanzs.blogspot.com/2008/11/catatan-buat-festival-krakatau-xviii.html> (diakses pada tanggal 19 September 2012, jam 11.30 WIB)

http://id.wikipedia.org/wiki/Radin_Inten_II (diakses pada tanggal 16 September 2012, jam 9.00 WIB)

http://www.tppkk.lampungprov.go.id/index.php/2011-11-16-11-32-04/sanggar_seni_a-kerajinan-di-lampung/21-informasi (diakses pada tanggal 16 Desember 2012, jam 7.00 WIB)

http://dewey.petra.ac.id/jiunkpe_dg_9948.html (diakses pada tanggal 6 October 2012, jam 2.44 WIB)