

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Promosi ini dilakukan untuk mengubah cara berpikir orang Indonesia akan Cap Go Meh di Pulau Kemaro melalui media visual, karena banyak masyarakat Palembang sendiri tidak tertarik untuk mendatangi Pulau Kemaro untuk merayakan Cap Go Meh karena menganggap Cap Go Meh hanya merupakan ritual salah satu agama tanpa mengetahui pasti keadaan dan keindahan Pulau Kemaro pada saat Cap Go Meh berlangsung.

Berdasarkan survei ke target audience, responden kebanyakan mengetahui Cap Go Meh dari keluarga atau teman, sehingga untuk menjawab permasalahan diperlukan Video Promosi yang dapat memperlihatkan suasana asli Pulau Kemaro. Di dalam video tersebut dijelaskan unsur-unsur visual yang dapat menarik pengunjung yaitu kelebihan-kelebihan Pulau Kemaro, misalnya Pagoda, kemeriahan kembang api, tarian tradisional barongsai dan liong, cinderamata, ribuan lilin yang menyala, dan juga ritual pelepasan burung. Kemudian video ditutup dengan logo *event*, *website* dan media sosial yang dapat dikunjungi untuk mengetahui *event* acara lebih jauh dan diakhiri dengan tagline yang memakai bahasa khas daerah Palembang.

Video Promosi dilakukan melalui website, iklan Televisi, Airport TV, iklan YouTube, iklan bioskop, dan juga media sosial sebagai media utamanya karena media tersebut adalah media yang sering diakses responden dan biasanya digunakan dalam kegiatan sehari-hari sehingga diharapkan dapat menarik banyak penonton untuk mengetahui dan mendatangi Pulau Kemaro. Kemudian didukung dengan media promosi lainnya berupa stiker bus, umbul-umbul, dan juga iklan koran yang sering diakses oleh penduduk Palembang sehari-harinya.

5.1 Saran

5.2.1 Saran Untuk Universitas Maranatha

- Untuk ke depannya, diharapkan Program Studi Desain Komunikasi Visual di Universitas Kristen Maranatha dapat melahirkan lulusan yang semakin berkualitas dari lulusan yang sebelumnya.
- Segala informasi berharga yang telah didapatkan oleh Program Studi Desain Komunikasi Visual di Universitas Kristen Maranatha dari hasil Tugas Akhir mahasiswa yang berjudul “Promosi *Event* Nago Kemaro Sebagai Salah Satu Daya Tarik Budaya Dalam Merayakan Ritual Cap Go Meh” ini, semoga dapat digunakan untuk memajukan masyarakat Indonesia.

5.2.2 Saran Untuk Masyarakat Umum

Dengan adanya promosi ini, diharapkan ada perubahan pola pikir masyarakat Indonesia tentang Cap Go Meh di Pulau Kemaro. Karena Cap Go Meh merupakan pesta rakyat dan perpaduan budaya, bukan hanya merupakan salah satu ritual agama saja.