

BAB V

PENUTUP

1.1 Kesimpulan

Dari hasil pengamatan dan pembuatan Awi-Awi Mandiri 2009 ini penulis menyimpulkan bahwa:

1. Dalam promosi, Awi-Awi Mandiri perlu untuk bicara bahasa yang sesuai dengan pasarnya. Dalam hal ini pasar yang dimaksud adalah pasar untuk anak muda. Karena itu Awi-Awi Mandiri memakai warna-warna yang cerah, beragam, dengan elemen-elemen grafis yang dinamis sesuai dengan target sasaran yaitu anak muda. Nan juga Awi-Awi Mandiri pun mengadakan roadshow dari kampus ke kampus, untuk mensosialisasikan Awi-Awi Mandiri, sehingga peminatnya bertambah, dan acara ini pun lebih dikenal.
2. Untuk memberi dampak yang lebih luas terhadap masyarakat, maka cakupan wilayah untuk Awi-Awi Mandiri pun diperluas. Sehingga dapat memberi informasi dan pengetahuan kepada masyarakat lebih jauh
3. Pembuatan tagline dianggap penting karena tagline mampu mengikat semua konsep, desain, dan tujuan acara menjadi satu sehingga audiens dapat dengan mudah mengambil kesimpulan acara dan mengingatnya. Tagline untuk acara ini adalah “Find Your Green Idea!”, pemakaian bahasa Inggris dimaksudkan agar tagline menjadi ringkas, padat, dan jelas. Green disini ditujukan untuk

menunjukkan kepedulian terhadap lingkungan, sekaligus mengacu kepada bambu.

1.2 Saran

Melalui Tugas Akhir ini, penulis mendapat banyak pengalaman, khususnya yang berhubungan dengan penyusunan promosi acara. Penulis belajar bagaimana menyelesaikan sebuah proyek promosi dan bekerjasama dengan pemilik serta lembaga-lembaga terkait guna memperoleh informasi lengkap mengenai penyusunan promosi.

1.3 Civitas Akademik

Saran penulis untuk Universitas Kristen Maranatha, untuk lebih memperlengkapi fasilitas-fasilitas yang mendukung proses pembelajaran untuk mahasiswanya.

1.4 Masyarakat secara umum

Melalui penyusunan promosi acara ini, penulis mengharapkan agar masyarakat dapat semakin peduli terhadap lingkungan, dan juga mampu mengangkat kerajinan bambu pada umumnya