

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan aktivitas yang dilakukan oleh penulis dan hasil pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Ada 4 makanan khas Kabupaten Muara Enim yang diangkat pada Laporan Akhir ini yaitu, Lemang Hitam, Jehok Kepayang, Pais Ikan Asam Belimbing dan Kopi Semendo. Kabupaten ini belum memaksimalkan kegiatan promosi mengenai kuliner khas Kabupaten Muara Enim. Hal ini dibuktikan dengan survey yang dilakukan kepada 20 responden yang berasal dari daerah yang berbeda-beda. Hasil survey tersebut menunjukkan jika banyak responden yang belum mengetahui banyak tentang kuliner khas Kabupaten Muara Enim. Rancangan yang dibuat dalam Laporan Akhir ini dibuat untuk memvisualisasikan keempat makanan tersebut berupa informasi yang menggunakan variasi pada obyek gambar.
2. Tujuan komunikasi pemasaran pada rancangan desain tersebut sudah termasuk dalam kategori sangat baik. Rata-rata skor yang didapatkan pada indikator menginformasikan adalah 89,5%. Indikator mempengaruhi/membujuk adalah 86,5% dan indikator mengingat kembali adalah 82,5% sehingga skor rata-rata dari ketiga indikator dari tujuan komunikasi pemasaran adalah 86%. Rata-rata tersebut berdasarkan interpretasi skor pada teori Riduwan, (2011:41) adalah **Sangat Kuat**. Hal ini menunjukkan jika hasil rancangan desain komunikasi visual kuliner khas Kabupaten Muara Enim sudah memiliki 3 unsur berdasarkan tujuan komunikasi pemasaran. Sementara itu pada prinsip-prinsip kerja desain rata-rata skor yang didapatkan pada indikator keseimbangan adalah 84,15%. Indikator irama adalah 84%, indikator penekanan/dominasi adalah 86,2% dan indikator kesatuan 84,5% sehingga hasil rancangan komunikasi visual tersebut sudah termasuk dalam kategori sangat baik

dengan skor rata-rata 85%. Rata-rata tersebut berdasarkan interpretasi skor pada teori Riduwan, (2011:41) adalah **Sangat Kuat**. Hal ini menunjukkan jika desain komunikasi visual yang telah dirancang memiliki 4 unsur pada prinsip-prinsip kerja desain. Indikator tersebut meliputi keseimbangan, irama, penekanan dan kesatuan. Sehingga kedua variabel (tujuan komunikasi pemasaran dan prinsip-prinsip kerja desain) pada desain tersebut sudah terpenuhi dengan baik dan dapat diperkenalkan melalui media sosial seperti Instagram, Twitter dan Facebook.

5.2 Saran

Proses perancangan ini merupakan sebuah upaya untuk memperkenalkan kuliner khas Kabupaten Muara Enim kepada masyarakat. Adapun saran yang dapat disampaikan berdasarkan kesimpulan diatas adalah:

1. Pemerintah Kabupaten Muara Enim sebaiknya perlu meningkatkan lagi kegiatan promosi kuliner khas Kabupaten Muara Enim. Salah satu cara yaitu, dengan memperhatikan teknologi yang sedang berkembang. Seperti menggunakan komunikasi visual dengan tema *vintage* dalam memperkenalkan kuliner khas Kabupaten Muara Enim. Komunikasi visual merupakan cara yang digunakan untuk menyampaikan informasi dengan menggunakan variasi warna dan obyek gambar yang mampu menarik minat masyarakat yang melihat. Sehingga masyarakat akan lebih mengenal kuliner khas Kabupaten Muara Enim melalui informasi yang disampaikan dengan desain komunikasi visual kuliner khas Kabupaten Muara Enim tersebut.
2. Menggunakan pesan pada media sosial dalam menyampaikan informasi kuliner khas Kabupaten Muara Enim. Media Sosial dapat membantu kita dalam menyampaikan informasi tanpa melihat adanya jarak. Media Sosial yang dapat digunakan untuk memperkenalkan kuliner khas Kabupaten Muara Enim bisa berupa Instagram, Twitter dan Facebook.