

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pelaksanaan Tugas Akhir yang telah dilakukan dengan judul “Produksi Merchandise sebagai Media Promosi untuk Memperluas Jangkauan Wisata Petik Buah Melon Mania”, maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kebun Melon Mania sebelumnya belum memiliki media promosi yang bersifat jangka panjang sehingga promosi yang dilakukan masih terbatas melalui media sosial dengan durasi tayang yang singkat. Oleh karena itu, produksi *merchandise* sebagai media promosi menjadi solusi yang dapat mendukung penyebaran informasi secara lebih berkelanjutan dan membantu memperluas jangkauan promosi Wisata Petik Buah Melon Mania kepada masyarakat.
2. Dalam proses Tugas Akhir ini, penulis menghasilkan 4 jenis *merchandise* berupa *totebag*, *notebook*, pulpen, dan gantungan kunci sebagai media promosi Kebun Melon Mania. Seluruh item dirancang dengan menampilkan identitas wisata seperti logo, nama, dan elemen visual pendukung agar mudah dikenali oleh masyarakat.
3. *Merchandise* yang diproduksi tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga memiliki nilai guna sehingga dapat digunakan dalam aktivitas sehari-hari. Hal ini membuat penyampaian informasi mengenai Kebun Melon Mania dapat terjadi secara tidak langsung melalui penggunaan *merchandise* oleh pengunjung.
4. Berdasarkan hasil produksi *merchandise* dan evaluasi yang telah dilakukan, tujuan Tugas Akhir untuk memperluas jangkauan promosi Kebun Melon Mania melalui penggunaan *merchandise* yang praktis dan dapat digunakan dalam aktivitas sehari-hari telah tercapai. Hal tersebut ditunjukkan melalui hasil post-project yang menunjukkan bahwa sebanyak 90,6% responden menilai *merchandise* mampu membantu memperkenalkan Kebun Melon

Mania serta mendukung penyebaran informasi kepada masyarakat secara lebih luas

5. Berdasarkan hasil evaluasi melalui penyebaran kuesioner survei post-project, lebih dari 50% responden memberikan tanggapan positif terhadap *merchandise* yang dibuat. Responden menilai desain menarik, informasi yang disampaikan jelas, serta jenis *merchandise* yang digunakan sudah sesuai sebagai media promosi. Selain itu, hasil evaluasi menunjukkan bahwa *merchandise* mampu membantu memperkenalkan Kebun Melon Mania serta mendukung penyebaran informasi kepada masyarakat secara lebih luas.
6. Secara keseluruhan, hasil Tugas Akhir ini menunjukkan bahwa produksi *merchandise* sebagai media promosi dapat menjadi salah satu strategi yang efektif dalam mendukung pengenalan dan penyebaran informasi Kebun Melon Mania secara berkelanjutan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil Tugas Akhir yang telah dilakukan, penulis menyarankan agar pihak Kebun Melon Mania memanfaatkan dan memproduksi *merchandise* dengan menggunakan desain yang telah dirancang dalam proyek ini. Penggunaan desain yang sama secara berkelanjutan dapat membantu menjaga konsistensi penggunaan logo, warna, ilustrasi, dan elemen visual pada setiap *merchandise* yang diproduksi. Konsistensi tersebut diharapkan dapat membuat Wisata Petik Buah Melon Mania lebih mudah dikenali dan diingat oleh masyarakat sehingga dapat mendukung efektivitas promosi dalam memperluas jangkauan informasi. Selain itu, *merchandise* yang memiliki nilai guna dalam kehidupan sehari-hari diharapkan dapat terus mendukung penyebaran informasi dan promosi Kebun Melon Mania kepada masyarakat secara lebih luas.