

BAB V

PENUTUP

Bab lima akan berisi penjelasan penulis mengenai kesimpulan dan saran dari karya tugas akhir yang telah dilaksanakan oleh penulis, sebagai berikut:

5.1 Kesimpulan

Melalui pengerjaan karya tugas akhir yang berjudul “Produksi *Merchandise Kit* Pokdarwis Loka Jaya Sebagai Upaya Meningkatkan *Brand Awareness* Destinasi Pasar Sawahan Desa Kalongan Kabupaten Semarang”, penulis merumuskan kesimpulan bahwa Pasar Sawahan yang dikelola oleh Pokdarwis Loka Jaya merupakan salah satu destinasi wisata unggulan yang terdapat di Desa Wisata Kalongan. Berdasarkan pengamatan awal penulis, di Pasar Sawahan belum tersedia media *public relations* berupa *merchandise kit* yang merepresentasikan ciri khas dari destinasi tersebut yang dapat dibeli dan dibawa pulang oleh pengunjung sebagai produk kenang-kenangan. Hal tersebut semakin diperkuat dengan hasil survei awal penulis yang menunjukkan masih rendahnya tingkat *brand awareness* dari publik terhadap destinasi Pasar Sawahan.

Dalam proses pengkaryaan tugas akhir ini, penulis memproduksi lima jenis produk *merchandise* yang fungsional sebagai sarana untuk meningkatkan *brand awareness* destinasi Pasar Sawahan. Produk tersebut meliputi *totebag* dengan dua varian desain yang berbeda, gelas bambu, gantungan kunci berbahan bambu, stiker dengan dua varian desain yang berbeda, dan *leaflet* sebagai media Informasi dan alat literasi tambahan mengenai Pasar Sawahan. Berdasarkan hasil tinjauan dan pengamatan penulis selama proses awal hingga akhir, *merchandise* yang telah diproduksi oleh penulis difungsikan sebagai *merchandise* resmi yang akan diperjualbelikan kepada pengunjung di lapak Pasar Sawahan, yang di mana target pasar dari produk ini merupakan kelompok maupun pengunjung yang berusia 25 sampai 45 tahun. Oleh karena itu, desain dan kegunaan produk yang dihasilkan telah disesuaikan dengan selera serta kebutuhan dari demografi target pasar tersebut.

Distribusi produk tersebut juga akan diaplikasikan melalui paket aktivitas permainan tradisional. Dalam skema tersebut, nantinya pengunjung yang membeli kupon seharga Rp10.000 akan dapat mengikuti aktivitas permainan tradisional yaitu aktivitas permainan dakon, permainan dam-daman, serta panahan sekaligus akan mendapatkan dua item *merchandise* berupa satu buah gantungan kunci dan dua varian stiker. Berdasarkan hasil pada survei pasca produksi, indikator keberhasilan dalam meningkatkan brand awareness Pasar Sawahan dari tingkatan brand unaware menjadi meningkat ke tingkat *brand recognition* tercapai sepenuhnya. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil data kuesioner yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan jawaban setuju dan sangat setuju dengan persentase di atas 95% pada setiap pernyataan yang disajikan. Hasil positif tersebut menguatkan bahwa produk *merchandise kit* yang telah dihasilkan efektif dalam membantu meningkatkan *brand awareness* publik secara signifikan. Hasil *review* dari Pokdarwis Loka Jaya sebagai mitra dan *review* dari pengunjung juga menunjukkan bahwa *merchandise* tersebut dianggap menarik dan bermanfaat karena menampilkan daya tarik dan ciri khas unik yang dimiliki oleh destinasi Pasar Sawahan.

Produksi *merchandise kit* ini menjadi solusi dari Pokdarwis Loka Jaya akan media *public relations* berupa *merchandise* fungsional yang merepresentasikan ciri khas dari Pasar Sawahan yang dapat dibeli dan dibawa pulang oleh pengunjung sebagai kenang-kenangan. Produk tersebut berperan sebagai media promosi tidak langsung untuk memperkenalkan destinasi Pasar Sawahan ke lingkup masyarakat yang lebih luas.

5.2 Saran

Berdasarkan tugas akhir penulis dengan judul “Produksi *Merchandise Kit* Pokdarwis Loka Jaya Sebagai Upaya Meningkatkan *Brand Awareness* Destinasi Pasar Sawahan Desa Kalongan Kabupaten Semarang”, saran yang dapat diberikan penulis kepada Pokdarwis Loka Jaya sebagai pihak yang mengelola Pasar Sawahan adalah perlunya untuk mengoptimalkan dan memaksimalkan peran media promosi lain seperti media sosial selain penggunaan *merchandise*. Pokdarwis Loka Jaya

diharapkan untuk lebih maksimal dalam pengelolaan media sosial dengan memperbaiki kualitas konten agar lebih menarik di mata audience serta menyusun *content planning* seperti jadwal unggah dan *list content* yang lebih teratur. Hal tersebut perlu dilakukan agar dapat meningkatkan partisipasi dari audiens sehingga informasi dari Pasar Sawahan dapat tersampaikan secara efektif. Selain itu, penulis menyarankan agar pihak pengelola dapat lebih banyak melaksanakan kegiatan ataupun event lomba di area destinasi Pasar Sawahan, yang nantinya *merchandise* yang telah dirancang dapat dimanfaatkan sebagai hadiah untuk menarik minat pengunjung.

Penulis juga menyarankan agar Pokdarwis Loka Jaya sebagai pihak pengelola Pasar Sawahan untuk tetap konsisten dalam memproduksi *merchandise* serta mempertahankan standar desain dan palet warna yang telah dirancang dan ditentukan sebelumnya agar identitas visual dari Pasar Sawahan tetap kuat di mata publik. Produk *merchandise* yang telah diproduksi tersebut sebaiknya dibahas atau dibuat sebagai bahan konten di media sosial secara rutin sebagai salah satu daya tarik utama, sehingga masyarakat luas dapat mengetahui dan mengenali ciri khas unik dari destinasi Pasar Sawahan melalui *merchandise* tersebut. Saran dari penulis tersebut diharapkan dapat meningkatkan citra positif Pasar Sawahan agar semakin berkembang dan mampu menarik lebih banyak wisatawan secara berkelanjutan.