BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, mulai pengumpulan data hingga proses perancangan media promosi berbasis Desain Komunikasi Visual untuk tari *lusi lerang* di Desa Riangbaring, maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut.

5.1.1. Permasalahan utama

Penurunan minat generasi muda terhadap tari *lusi lerang* disebabkan oleh kurangnya media promosi yang relevan, menarik, dan mampu menjembatani nilai budaya tradisional dengan gaya hidup modern. Selain itu, informasi hanya disampaikan secara lisan atau dokumentasi sederhana yang kurang memiliki Meningkatkan Minat Generasi Muda visual bagi anak muda.

5.1.2. Solusi melalui desain media promosi

Perancangan media promosi berbasis Desain Komunikasi Visual terbukti mampu menerjemahkan nilai abstrak budaya (filosofi gerakan, sejarah dan makna) menjadi bentuk visual yang komunikatif. Penggunaan elemen, garis, warna, tipografi dan simbol yang dirancang khusus sesuai karakter tari *lusi lerang* menjadi kunci berhasilnya pesan kepada audiens.

5.1.3. Hasil perancangan

Media yang dihasilkan berupa identitas visual (logo), media cetak (poster, *X-banner, flyer*, baliho, kartu nama, stiker, merchandise) dan media sosial (konten instagram, video promosi). Media ini dikemas dengan konsep yang modern, tetapi tetap berakar pada budaya lokal sehingga mampu meningkatkan Meningkatkan Minat Generasi Muda anak muda untuk dalam mengapresiasi dengan usia anak muda 15-18 tahun mengenai tari *lusi lerang.*

5.1.4. Peran desain komunikasi visual

Berdasarkan teori Liem (2018) dan Damayanti Wibowo (2021), desain berperan sebagai jembatan komunikasi yang efektif. Desain tidak hanya membuat budaya terlihat indah dan menarik, tetapi juga membuatnya lebih dekat, relevan, dan mudah dipahami oleh generasi muda, sehingga upaya pelestarian budaya dapat terus dilanjutkan oleh anak muda generasi sekarang dan yang akan datang.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan perancangan yang dilakukan, peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak terkait dan pengembangan budaya setempatnya.

a. Bagi Pemerintah Desa dan Tokoh Adat

Disarankan kepada pemerintah desa dan para tokoh adat untuk memanfaatkan media promosi yang telah dirancang secara berkelanjutan, baik dalam kegiatan rutin desa maupun acara festival budaya yang dijalankan di luar daerah. Selain itu, diperlukan adanya dukungan festival agar materi ini tidak hanya disebarluaskan di dalam wilayah Desa Riangbaring sendiri.

b. Bagi Generasi Muda

Generasi muda diharapkan tetap menjadi agen pelestarian budaya yang sudah diwariskan turun temurun oleh nenek moyang (*oka moa*) dengan cara aktif dalam pelatihan untuk kegiatan yang diadakan di desa atau kegiatan di luar Desa Riangbaring.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dibatasi hanya pada perancangan media promosi visual. Karena itu, disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan media interaktif berbasis teknologi yang lebih canggih seperti aplikasi atau konten Augmented Reality (AR) agar pengalaman mengenal tari *lusi lerang* menjadi lebih mendalam dan interaktif. Selain itu, dapat juga dikaji lebih dalam mengenai elemen musik dan kostum untuk dikembangkan menjadi produk turunan budaya.

d. Pengembangan materi

Materi visual yang sudah dirancang dapat dibuat menjadi pembelajaran di sekolah-sekolah dasar dan menengah di Wilaya Flores Timur sehingga pengetahuan mengenai tari *lusi lerang* sudah dikenalkan oleh anak-anak sejak usia dini.

5.3 Saran Pengembangan Desain

Terus menjaga keseimbangan antara kebaruan tren desain dan pelestarian nilai budaya. Desain boleh berubah mengikuti zaman, namun nilai inti dan identitas budaya tidak boleh hilang atau berubah maknanya.

Demikian Tugas Akhir ini disusun dengan harapan dapat memberikan manfaat nyata bagi pelestarian Tari *Lusi Lerang* dan menjadi bukti bahwa desain komunikasi visual memiliki peran sangat penting dalam menjaga warisan budaya bangsa agar tetap hidup dan dikenal oleh generasi mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Afdhal, V. E., & Sayuti, M. (2023). *Desain Komunikasi Visual dalam Pelestarian Budaya Lokal*. Jakarta: Deepublish.

Damayanti, R., & Wibowo, A. (2021). *Psikologi Warna dan Penerapannya dalam Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Fandy, T. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa: Membangun Strategi Pemasaran yang Efektif*. Jakarta: Salemba Empat.

Haswanto. (2015). *Desain Komunikasi Visual Berbasis Kearifan Lokal*. Bandung: Penerbit ITB Press.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (Edisi ke-15). Jakarta: Erlangga.

Liem, S. (2018). *Komunikasi Visual: Teori dan Aplikasi*. Surabaya: Penerbit Universitas Kristen Petra.

Ngurah, A. (2020). *Desain Kontemporer: Perpaduan Tradisi dan Modernitas*. Denpasar: Udayana University Press.

Sarjani, & Nuralita. (2015). *Kebudayaan dan Desain Komunikasi Visual*. Makassar: Alauddin University Press.

Shimp, T. A. (2010). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dan Periklanan*. Jakarta: Salemba Empat.

Triwardani, S., & Ardhanariswari, D. (2016). *Desain Komunikasi Visual sebagai Identitas Budaya*. Semarang: Universitas Diponegoro Press.

Wu, Y. (2013). *Prinsip-Prinsip Dasar Desain*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

LAPORAN DAN DOKUMEN RESMI

Badan Pusat Statistik. (2023). *Statistik Kebudayaan dan Kepemudaan Provinsi Nusa Tenggara Timur*. Kupang: BPS Provinsi Nusa Tenggara Timur.

Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. (2022). *Laporan Kondisi Warisan Budaya Tak Benda Indonesia*. Jakarta: Direktorat Jenderal Kebudayaan.

Kementerian Pemuda dan Olahraga Republik Indonesia. (2020). *Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2009 tentang Kepemudaan*. Jakarta: Kemenpora RI.

JURNAL ILMIAH

Agustina, R., & Pratama, B. (2021). Peran Desain Komunikasi Visual dalam Memperkenalkan Seni Budaya kepada Generasi Muda. *Jurnal Desain dan Komunikasi Visual*, 8(1), 45–58.

Hendrawan, A. (2022). Strategi Promosi Budaya Melalui Media Digital di Era Generasi Z. *Jurnal Komunikasi dan Informasi*, 5(2), 112–125.

Lestari, S., & Wibowo, T. (2020). Karakteristik dan Perilaku Generasi Muda dalam Mengonsumsi Konten Media Sosial. *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 12(1), 33–47.

Sari, D. P., & Kurniawan, A. (2023). Penerapan Unsur Visual dan Simbol Budaya dalam Perancangan Media Promosi. *Jurnal Seni dan Desain*, 6(2), 78–92.