

B. Saran

Merancang media promosi wisata konservasi penyu Ampiang Parak dengan menggunakan maskot adalah ide yang kreatif dan menarik. Maskot dapat menjadi identitas visual yang kuat dan mengundang minat pengunjung.

Bagi pembaca, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan terkait dengan perancangan media promosi wisata konservasi penyu ampiang parak dalam bentuk maskot semakin bertambah, dan meningkatkan minat kita untuk berwisata ke tempat konservasi penyu ampiang parak ini.

DAFTAR PUSTAKA

Azhar Arsyad, M.A. 2002. *Media Pembelajaran*. Jakarta: Rajawali Pers.

Bentley,Whitten.2009.*Systems Analysis & Design for the Global Enterprise*.

McGRAW-HILL: Internasional Edition.

Cenadi, C. S. (1999). Corporate Identity sejarah dan aplikasinya. *Nirmana*, 1(2).

Soewardikoen.W.D.2021. *Metodelogi Penelitian*.Yogyakarta:PT Kanius.

Kusrianto. 2007. *Pengantar desain komunikasi visual*. yogyakarta: Andi offset.

Ladjamudin, A. B. B. 2005. *Analisis dan desain sistem informasi*. Yogyakarta:

Andi Ofset.

Laudon, Kenneth C., dan Jane P. Laudon 2006. *Sistem Informasi Manajemen*.

Yogyakarta: Andi.

Poedjawijatna, Hatta. 2021. *Pengantar desain komunikasi visual*.Yogyakarta:andi

Poerwadarmenta, W.J.S. 1984. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai

Pustaka.

Purwanto, Djoko. 2006. Komunikasi Bisnis. edisi ke 3. Jakarta: Erlangga.

Rozy, E. F., & Koswara, A. Y. (2017). *Karakteristik Infrastruktur Pendukung*

Wisata Pantai Sanggar Kabupaten Tulungagung. Jurnal Teknik ITS.

Safanayong. 2006. *Desain Komunikasi Visual terpadu*. Jakarta: Arte Intermedia.

Sanyoto, Sadjiman Ebdi. 2006. *Metode Perancangan komunikasi visual*

periklanan.Yogyakarta: Dimensi pers.

Sutanto, t. 2005. "*Sekitar Dunia Desain Grafis/komunikasi Visual*". Pura-pura
Jurnal DKV ITB Bandung. 2/Juli. 15-16.

Widagdo. 1993. "*Desain, Teori, dan Praktek*". Seni Jurnal Pengetahuan dan
Penciptaan Seni. BP ISI Yogyakarta III/03