Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan proses yang penulis lakukan, dapat disimpulkan bahwa dalam merancang sebuah promosi, sebuah penelitian sangat penting untuk dilakukan. Tanpa adanya penelitian, maka tidak akan didapatkan adanya data – data yang dapat menunjang keberhasilan dari sebuah promosi. Hal ini dikarenakan promosi merupakan cara penyampaian sebuah pesan yang ditujukan kepada target audiens tertentu. Dalam proses perancangan ini, penulis melakukan penelitian mengenai apa yang akan dipromosikan dan siapakah target yang akan diajukan.

Dengan mengetahui keselarasan data tersebut maka penulis mendapatkan bagaimana cara mempromosikannya dengan menggunakan media – media yang ada. Dalam merancang sebuah promosi, diperlukan adanya sebuah konsep dan pesan yang akan disampaikan. Konsep dan pesan yang disampaikan tentunya didapatkan melalui tahap – tahap perancangan seperti pembuatan *mind map,* sketsa, hingga tahap produksi foto sehingga hasil konsep dan pesan memiliki keterkaitan dengan hasil data penelitian. Dengan demikian maka penulis dapat menemukan konsep dan pesan yang sesuai dan dapat diterima oleh target audiens.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil perancangan yang telah dilakukan, maka penulis menyarankan bahwa sebaiknya pihak PT. Modernland Tbk maupun pihak pelestarian cagar budaya Candra Naya melakukan sebuah promosi untuk memperkenalkan sebuah

Perancangan Promosi Bangunan..., Lydia Edwina Hutami, FSD UMN, 2018

peninggalan sejarah yang berlokasi di Jakarta dan tidak jauh dari lokasi wisata lainnya ini. Sangat disayangkan jika cagar budaya ini tidak dikenali masyarakat terutama masyarakat Jakarta sendiri.

Penulis juga menyarankan kepada peneliti lain yang akan melakukan perancanga serupa untuk memperhatikan bagaimana caranya mempromosikan sebuah cagar budaya. Hal ini berkaitan dengan memperhatikan objek yang akan dipromosikan dengan target yang akan ditujukan sehingga pesan dari promosi tersebut dapat disampaikan dan diterima dengan baik. Dimana tahap penelitian dan pengumpulan data merupakan tahap utama dan terpenting dalam merancang sebuah promosi.

Perancangan Promosi Bangunan..., Lydia Edwina Hutami, FSD UMN, 2018