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

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Museum Barli merupakan museum bersejarah yang berisikan hasil karya lukisan Barli Sasmitawinata. Di museum ini, pengunjung tidak hanya melihat karya seni lukis tetapi dapat melakukan aktivitas seni yang kemudian memberikan pengalaman seni yang bermanfaat. Sebagai salah satu warisan seni budaya Indonesia yang perlu dilestarikan, Museum Barli menemukan permasalahan dalam hal jumlah pengunjung dan *awareness* masyarakat yang kurang di kota Bandung maupun di daerah Jabodetabek. Melihat permasalahan yang dialami Museum Barli, penulis melakukan perancangan media promosi yang terstruktur demi meningkatkan *awareness* masyarakat atau target audiens terhadap Museum Barli. Promosi dilakukan kepada generasi muda atau anak remaja SMP dan SMA yang berusia 12-17 tahun hal tersebut bertujuan agar para generasi penerus bangsa memiliki wawasan dan pengetahuan sejarah dan tokoh seniman lukis di Indonesia.

Penulis membuat perancangan promosi Museum Barli yang dimulai dari pengumpulan data secara kualitatif dan kuantitatif serta studi pustaka mengenai teori promosi, iklan hingga desain. Setelah mengolah data-data yang tersebut, penulis kemudian memetakan masalah dan solusi melalui *brainstorming* lalu *mind mapping*. Dari situlah didapatkan konsep perancangan promosi ini. Penulis kemudian dalam menyusun strategi komunikasi, strategi persuasi untuk menyampaikan pesan yang sudah ditentukan yaitu mengajak target audiens untuk

Perancangan Media Promosi..., Tanissa Hadiwijaya, FSD UMN, 2018

melihat karya seni, melakukan aktivitas seni serta memiliki pengalaman seni yang bermanfaat. Dalam penyampaian pesan itu didukung pula dengan visual meliputi ilustrasi sebagai elemen utama, tipografi, warna dan *layout*. Pesan dan visual saling melengkapi dalam mencapai promosi yang efektif. Penulis mengaplikasikan hasil karya tersebut pada media cetak atau poster sebagai media utama dan media pendukung lainnya seperti brosur, *booklet*, *website* dan sosial media. Dengan segala proses promosi Museum Barli, diharapkan dapat menimbulkan *awareness*, menarik perhatian dan mengajak audiens untuk berkunjung ke Museum Barli

5.2. Saran

Pada perancangan ini, penulis menyadari masih terdapat beberapa kekurangan dan memerlukan pertimbangan lebih dalam. Penelitian ini dapat dilanjutkan atau dapat sebagai inspirasi bagi penelitian lain, khususnya pada bidang seni rupa, museum, maupun tentang media promosi. Melalui penelitian ini juga, dapat diketahui mengenai pentingnya visual dalam menggambarkan pesan atau nilai yang ingin disampaikan, menaikkan kunjungan ataupun penjualan dengan menarik perhatian target audiens secara visual.

Jika penelitian dilanjutkan, penulis menyarankan untuk meneliti kembali target audiens dalam hal ini tentang psikologi remaja, cara mereka menerima pesan dan persuasi hingga meneliti apa yang disukai oleh remaja. Selain itu penelitian terhadap karakter visual yang disukai remaja juga penting dengan melakukan survey dan studi pustaka. Kemudian penulis juga menyarankan adanya pengembangan media yang lebih bervariasi sesuai dengan kebutuhan sehingga

Perancangan Media Promosi..., Tanissa Hadiwijaya, FSD UMN, 2018

dapat menjangkau masyarakat yang lebih luas. Kepada Museum Barli, penulis menyarankan agar desain dipakai secara bersama untuk tetap dalam satu kesatuan sehingga tidak merubah konsep dan pesan yang ingin disampaikan. Serta penggunaan media yang tetap terintegrasi memiliki desain yang konsisten dan konten yang saling memenuhi.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Perancangan Media Promosi..., Tanissa Hadiwijaya, FSD UMN, 2018