



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Museum M.H. Thamrin merupakan museum yang dikelola oleh Museum Kesejarahan Jakarta. Gedungnya memiliki sejarah penting bagi pergerakan kemerdekaan Indonesia dan berisikan tentang pemikiran dan perjuangan M.H. Thamrin pada masa Kolonial Belanda. Tetapi karena kurangnya promosi yang dilakukan oleh pihak pengelola dan terletak pada permukiman warga, Museum M.H. Thamrin kurang mendapat apresiasi oleh masyarakat Indonesia, terutama dari generasi penerus bangsa. Berdasarkan hal tersebut, dibuat perancangan yang dapat membuat Museum M.H. Thamrin lebih dikenal masyarakat Indonesia.

Perancangan ini dibuat melalui beberapa tahap yaitu menemukan permasalahan yang terjadi, studi pustaka, mempelajari teori promosi, mengobservasi museum, mewawancarai pengelola Museum M.H. Thamrin, mewawancarai pengelola Museum Kesejarahan Jakarta, mewawancarai pengunjung Museum M.H. Thamrin, menyebarkan kuesioner terhadap calon pengunjung tentang impresi mereka terhadap Museum M.H. Thamrin, menjabarkan SWOT Museum dan SWOT kompetitor, lalu menganalisis Museum M.H. Thamrin. Setelah itu menentukan *positioning* museum, melakukan *brainstorming*, *mindmap*, dan membuat *creative brief*. Pada *positioning* dan *creative brief*, ditentukan bahwa target audiens dari perancangan ini adalah generasi muda yang memiliki kecenderungan aktif dalam menggunakan media sosial dan digital.

Setelah menentukan AISAS, lalu ditentukan komunikasi yang akan dipakai, yaitu dengan Bahasa Betawi tetapi masih dapat dimengerti oleh masyarakat luar Jakarta. Promosi ini dirancang menggunakan konsep yang akan membawa generasi muda kembali kepada masa Kolonial Belanda, zaman M.H. Thamrin. Karya ini didukung dengan ilustrasi dan foto yang sesuai dengan konsep dan *copywriting* yang telah ditentukan. Perancangan ini akan diterapkan pada media berdasarkan tahapan AISAS yaitu *Attention* (Media KRL, Instagram *ads*, Facebook *ads*, dan brosur), *Interest* (*e-poster* pada *browser*), *Search* (Instagram *page*, Facebook *page*, *web site*), *Action* (*Photo challenge* dan stiker aspal), dan *Share* (Instagram *bingo*, Instagram *gif sticker*, dan *merchandise*).

Diharapkan dengan menggunakan kelima tahapan tersebut dengan media yang sudah ditentukan, target audiens dapat mengetahui dan mengapresiasi Museum M.H. Thamrin sebagai tempat wisata dan edukasi.

5.2. Saran

Penulis menyadari bahwa penelitian ini kurang dari sempurna, sehingga saran yang dapat diberikan yaitu mendalami tata Bahasa Indonesia baku yang baik dan benar, lebih mendalami topik yang diambil, serta lebih mencari data yang lebih banyak. Dibutuhkan pendalaman materi terhadap media yang dipakai. Apabila pembaca ingin melanjutkan penelitian ini, dibutuhkan penelitian lebih dalam tentang persepsi pengunjung terhadap Museum M.H. Thamrin, agar dapat lebih memahami pandangan pengunjung terhadap Museum M.H. Thamrin.