



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.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan perancangan yang telah dilakukan, penulis dapat menarik beberapa kesimpulan. Museum Batik Pekalongan memiliki permasalahan pada kurangnya promosi sehingga keberadaannya kurang diketahui turis dari luar Pekalongan. Dalam perancangan promosi dibutuhkan penelitian supaya promosi yang akan dilakukan dapat menjangkau target secara tepat baik dari segi desain maupun pemilihan media. Adapun media-media yang digunakan adalah perpaduan *Above The Line* dan *Below The Line* yaitu poster, x-banner, brosur, *billboard*, iklan di katalog kereta api, iklan majalah pesawat, *transport ads*, *transit ads*, *paper bag* toko batik, *price tag* toko batik, *website* dan *banner website*. Adapun penyebarannya ada yang dilakukan di kota-kota besar dan ada yang dilakukan di kota Pekalongan sendiri.

Desain dibuat sederhana namun tetap memberi informasi yang lengkap. Penulis harus membuat desain tanpa banyak menggunakan tulisan karena media-media yang dipilih menuntut penulis harus bisa memberi sesuatu kepada audiens atau impresi hanya dalam waktu yang singkat. Antara desain di media yang satu dengan lainnya memiliki kesatuan baik dari elemen desain maupun alur membaca yang dimulai dari logo, foto, *headline*, dan *bodytext*.

5.2 Saran

Saran untuk hasil yang lebih baik lagi bila ada pembaca yang akan merancang media promosi bagi suatu museum atau tempat wisata dengan permasalahan yang sama seperti penulis:

1. Harus mengetahui kelebihan (*strength*) dan keunikan tempat wisata tersebut secara jelas, dan jadikan kelebihan tersebut sebagai pegangan dalam pembuatan karya, tonjolkan terus kelebihan tersebut sehingga dapat menarik target audiens.
2. Target audiens harus diketahui dengan baik, tentukan segmentasi dari demografis, psikografis, dan gaya hidup karena itu semua bisa menentukan gaya desain yang harus dibuat dan pemilihan media yang efektif dan efisien.
3. Pemilihan media bisa diperluas dan dikembangkan lagi, tidak ada salahnya menggunakan media-media non tradisional yang unik seperti *ambient media* asalkan tepat fungsi dan tepat sasaran.

UMMN