

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Museum Betawi merupakan sebuah museum yang memiliki keunikannya sendiri dengan koleksinya yang dinamis dan bermakna bagi budaya Betawi serta memiliki hal-hal yang tidak konvensional bagi museum umumnya, seperti menggelar pentas kesenian budaya. Namun, Museum Betawi masih belum didengar 71,6% target audiens dan pihak museum sendiri belum menciptakan promosi museum dengan resmi. Target sasaran audiens yang sebagian masih belum mendengar keberadaan Museum Betawi dapat menjadi potensi besar untuk menjadi pengunjung karena ketertarikan mereka yang tinggi untuk lebih mengenal tentang Museum Betawi. Perancangan promosi periklanan yang mencerminkan keunikan koleksi dan kegiatan di Museum Betawi akan menjadi solusi menjawab rumusan masalah dari tugas ini.

Proses perancangan merupakan proses panjang yang dipertimbangkan oleh data yang diambil selama penelitian dan metodologi perancangan. Penulis menggunakan metode enam fase Robin Landa sebagai metodologi perancangan. Lalu, perancangan desain dimulai dengan pembuatan strategi penyampaian pesan melalui *brainstorming* dan *mindmapping*. Setelah itu, muncullah ide besar untuk menghasilkan karya rancangan promosi periklanan bernuansa keseruan sekaligus mencitrakan hal-hal yang berada di Museum Betawi. Hasil rancangan iklan diletakkan pada media yang cocok berdasarkan pertimbangan dari riset. Hasil dari iklan promosi akan efektif untuk menarik target audiens potensial dengan ini.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan pengalaman selama proses perancangan, saran terhadap pengerjaan perancangan promosi periklanan dapat diberikan sebagai berikut:

- Data yang dikumpulkan harus ditelaah berulang-ulang kembali supaya pertimbangan pilihan selama mendesain sesuai berdasarkan fakta yang ada.

- Pengambilan data harus berhati-hati supaya data kuat dan lengkap supaya dapat mempertimbangkan pilihan desain dengan lebih baik.

- Fokus adalah satu hal terpenting selama pengerjaan supaya hasilnya termaksimalkan dan semua hal yang memperburuk fokus sebaiknya dihindari dan tidak dilakukan.

- Pemilihan warna serta elemen desain harus selalu dipertimbangkan agar hasil desain jelas dan cocok dengan pesan dan estetika yang diinginkan. Penulis mengakui adanya kelemahan dari hasil perancangan penulis. Misal, penggunaan warna merah yang bermaksud energetis dan mencolok, tetapi dengan kelemahan membuat sakit kepala di mata audiens. Adapun penggunaan dua model wanita berhijab yang kelemahannya kurang menunjukkan representasi audiens seutuhnya karena target audiens tidak dibatasi agama.

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA