

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

MUNASAIN atau Museum Nasional Sejarah Alam Indonesia merupakan satu-satunya museum yang menyimpan berbagai ilmu budaya sejarah alam negara Indonesia. Pembahasan terlentang dari topik geografi, geologi, sampai dengan fauna dan flora. Museum yang telah berdiri dari jaman penjajahan menyimpan ilmu dari artifak zaman purba sampai dengan artifak teknik perkebunan. Topik mengenai tanaman khas tiap daerah di Indonesia berada pada bangunan bersejarah ini. Namun seiring berjalannya waktu, kegiatan promosi yang dilakukan oleh MUNASAIN semakin mengecil. Media promosi yang terakhir kali dilakukan adalah pada sosial media dengan terakhir kali aktif pada Februari 2022. Didukung dengan matinya *website* dan berhentinya periklanan tradisional disebabkan oleh adanya perpindahan tim HUMAS dari pihak LIPI yang diserahkan pada pihak ketiga yaitu PT.Mitra Natural Raya

Dengan matinya periklanan, *awareness* masyarakat mengenai MUNASAIN mulai menguat. Dibuktikan dengan survey yang dilakukan serta wawancara bersama Koordinator MUNASAIN, ditemukan bahwa penyebab munculnya *stigma* dikarenakan oleh minimnya promosi yang dilakukan. Tidak adanya promosi menyebabkan hilangnya pengetahuan masyarakat tentang keberadaan MUNASAIN yang berakibat potensi hilangnya pengetahuan budaya sejarah alam Indonesia.

Penulis menciptakan sebuah solusi dengan dirancangnya media promosi MUNASAIN. Fokus pada perancangan adalah untuk menyebarluaskan *awareness* masyarakat mengenai bangunan MUNASAIN. Dengan diketahuinya MUNASAIN, minat dan ketertarikan *audiens* dapat dibangun untuk mengunjungi bangunan bersejarah museum. Penulis menggunakan *big idea* yang berjudul “25 ribu tumbuhan dalam satu bangunan” untuk merepresentasikan isi dari MUNASAIN.

Tahapan perancangan dimulai dengan pembuatan media utama yaitu sosial media. Sosial media berfokus pada *platform Instagram*. Penulis menggunakan media pendukung seperti *website, billboard, roll up banner, banner* angkutan umum, dan juga *merchandise* untuk memperkuat eksistensi dari MUNASAIN.

Dengan dibuatnya perancangan media promosi MUNASAIN, diharapkan perancangan dapat menjadi acuan bagi mahasiswa DKV yang akan menjalani Tugas Akhir. Pemilihan topik serta pengambilan data diharapkan dapat menjadi referensi bagi mahasiswa yang akan menempuh studi yang berkaitan.

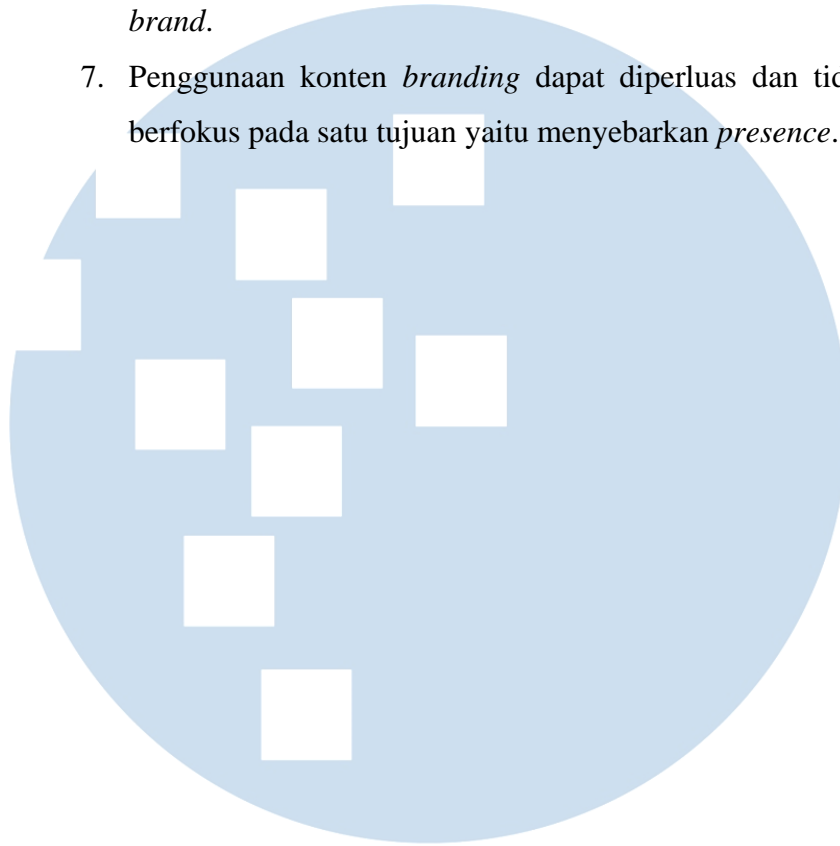
5.2 Saran

Dalam perancangan media promosi MUNASAIN, penulis menyadari bahwa masih terdapat poin-poin yang dapat diperbaiki atau diperkuat dalam perancangan kedepannya.

1. Penentuan *big idea* harus kuat dan memiliki kesan *unique* dari topik yang akan dirancang
2. Pengumpulan data harus dilakukan secara matang-matang untuk memastikan efektifnya data dan kegunaan dari data yang diambil
3. Penentuan strategi pesan harus memiliki kaitan yang kuat dengan target sehingga tujuan dari promosi lebih mudah tersampaikan pada audiens.
4. Perancangan harus memiliki pesan yang jelas. Pesan memiliki karakter dan harus dapat tersampaikan lewat media yang digunakan. Visual harus disesuaikan dengan pesan yang ditentukan oleh penulis agar mudah tersampaikan kepada audiens
5. Fundamental dari sebuah perancangan harus digali lebih dalam melalui data dan tujuan dari perancangan. Visi dan misi dari *brand* yang diambil pada topik harus sejalan dengan perancangan agar memudahkan penulis dalam menentukan keunikan dari *brand*.
6. Visual dari perancangan diutarakan untuk menyampaikan *message* yang jelas pada audiens sehingga dibutuhkan visual yang berkesan. Konten *branding* tidak hanya berguna untuk

menyebarkan *presence brand* namun juga kejelasan dari *brand*.

7. Penggunaan konten *branding* dapat diperluas dan tidak hanya berfokus pada satu tujuan yaitu menyebarkan *presence*.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA