

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Museum Tekstil Jakarta merupakan museum yang mengoleksi kain batik, kain tenun, koleksi campuran, serta busana dan tekstil kontemporer yang terletak di kecamatan Palmerah, Jakarta Barat. Museum Tekstil Jakarta memiliki potensi sebagai pusat edukasi dan pelestarian mengenai waris tekstil nusantara. Namun, terdapat penurunan pengunjung secara signifikan, pertahunnya dari tahun 2017 hingga 2022, selain itu terjadi, stagnasi pengunjung Museum Tekstil Jakarta yang hanya 50 orang per hari. Hal tersebut didukung dengan data yang dikumpulkan oleh penulis melalui kuesioner, wawancara, observasi, dan FGD. Berdasarkan data tersebut penulis melakukan perancangan promosi interaktif Museum Tekstil Jakarta dengan target berusia 18—24 yang berdomisili Jabodetabek.

Perancangan ini menghasilkan *big idea*, yaitu menghidupkan kembali peran Museum Tekstil Jakarta dengan menumbuhkan rasa bangga terhadap motif kain Nusantara di kalangan generasi Z. Dengan *tone of voice* yang bersifat *friendly*, *expressive*, dan *excited*. Dari *big idea*, *tone of voice* dan konsep penulis melakukan perancangan strategi pesan, strategi promosi, dan strategi visual untuk perancangan media promosi. Seluruh pendekatan tersebut diwujudkan dalam promosi yang diberi nama Bangga Punya Motif, dengan media utama berupa *mobile website*. Tujuannya untuk mengenal, mempelajari, dan melestarikan budaya tekstil di Indonesia dengan berkunjung ke Museum Tekstil Jakarta sebagai pusat budaya tekstil Indonesia.

Penulis melakukan pengujian *mobile website* pada dua tahap, *alpha test* dan *beta test*. Pengujian dilakukan untuk mengevaluasi efektivitas *mobile website*. Hasilnya positif dengan saran perbaikan yang membangun untuk pengembangan *mobile website*. Mayoritas target audiens menyukai konten, interaksi, dan visual yang ditampilkan. Konten dan visual sudah sesuai dengan kebutuhan dan mampu

mengambil perhatian target audiens dan mempersuasi untuk berkunjung ke Museum Tekstil Jakarta.

5.2 Saran

Dalam perancangan promosi interaktif Museum Tekstil Jakarta, penulis telah melewati rangkaian proses perancangan yang dimulai dari tahap pengumpulan data hingga tahap perancangan solusi. Berdasarkan pengalaman yang diperoleh, penulis menyampaikan beberapa saran kepada pembaca atau peneliti yang akan melakukan perancangan dengan topik serupa:

1. Mempertimbangkan tenggat waktu saat mengajukan perizinan ke museum dan saat proses perancangan agar waktu yang digunakan efektif.
2. Melakukan pengumpulan data dan riset mendalam untuk menghasilkan data yang valid untuk perancangan.
3. Perancangan media perlu memahami kebutuhan audiens dan efektivitas media dalam menyampaikan pesan promosi.
4. Eksplorasi dan pelajari berbagai referensi desain yang relevan sebanyak mungkin, agar hasil rancangan terlihat komprehensif, serta mudah dipahami oleh target audiens.
5. Terbuka terhadap berbagai bentuk masukan, dengan adanya masukan dapat membuka sudut pandang baru yang berguna dalam memperkaya ide dan mendukung proses pengembangan kreativitas dalam perancangan.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A