

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dan penganalisisan permasalahan, serta perancangan dan pembahasan karya yang telah dilakukan, berikut ini kesimpulan yang diperoleh, yaitu sebagai berikut. (1) Pemahaman masyarakat, khususnya anak muda di kota Bandung sebagai target, mengenai pasar malam sangat beragam. Secara umum, ada tiga bentuk pasar malam yang dipahami, yaitu pertama, pasar malam yang merupakan aktivitas jual beli sayur / daging (pasar tradisional), kedua pasar malam yang merupakan wahana permainan anak – anak, dan ketiga yaitu pasar malam yang merupakan kegiatan pameran dagang. Namun dari ketiga pemahaman tersebut, yang paling banyak dipahami sebagai pasar malam adalah pasar malam yang merupakan wahana permainan, termasuk segala citra buruk yang melekat pada pasar malam tersebut. (2) Pasar Malam *Jaarbeurs* merupakan *event* yang pernah berjaya di kota Bandung pada rentang waktu 1920an hingga 1930an. Untuk mengembalikan kejayaan tersebut dilakukan dengan merancang sebuah *brand* yang menampilkan kembali nuansa pasar malam *jaarbeurs* tempo dulu, yang disesuaikan dengan minat dan ketertarikan target pada masa kini, sehingga mereka dapat memahami bahwa *Jaarbeurs* merupakan bentuk pasar malam yang sesungguhnya. (3) Untuk mendukung penyampaian komunikasi mengenai pasar malam *jaarbeurs* sebagai pasar malam sesungguhnya, perlu dirancang media komunikasi. Media yang tepat untuk menyampaikan komunikasi tersebut dirancang ke dalam tahapan – tahapan mulai dari tahap

edukasi, hingga tahap pelaksanaan *event* Pasar Malam *Jaarbeurs*. Media yang dirancang adalah media – media yang dekat dengan target, yaitu media internet dan media sosial. Media digital dan media cetak tetap digunakan, namun penggunaannya lebih diarahkan kepada media – media internet dan media sosial.

(4) Perancangan *event* Pasar Malam *Jaarbeurs* merupakan media yang efektif untuk mereposisi pemahaman target tentang pasar malam kepada pasar malam *jaarbeurs*. (5) Karya – karya yang dihasilkan dalam perancangan *event* Pasar Malam *Jaarbeurs* memiliki kolerasi dengan topik mengenai hiburan di Indonesia.

5.2 Saran

5.2.1 Saran bagi pemerintah Kota Bandung

Kota Bandung dikenal sebagai *creative city*, oleh karena itu perlu diadakan berbagai kegiatan yang mendukung perkembangan industri kreatif yang ada di kota Bandung, misalnya kegiatan seperti Pasar Malam *Jaarbeurs*. Pemerintah juga sebaiknya memperhatikan warisan sejarah yang pernah ada di kota Bandung, tidak hanya warisan sejarah secara fisik seperti bangunan – bangunan, situs – situs, tetapi juga seperti kegiatan – kegiatan yang pernah berlangsung pada tempo dulu.

5.2.2 Saran bagi Masyarakat

Masyarakat diharapkan dapat lebih aktif untuk melestarikan warisan sejarah yang ada di kota Bandung, dengan cara mencari informasi melalui internet, buku, dan sebagainya, serta turut mendukung perkembangan industri kreatif di kota Bandung dengan cara membeli produk – produknya.

5.2.3 Saran bagi pihak DKV

Pihak – pihak yang terkait dalam bidang keilmuan DKV diharapkan dapat lebih memperhatikan hal – hal yang berkontribusi untuk perkembangan daerah, melalui perancangan – perancangan komunikasi visual yang mempromosikan daerahnya, meningkatkan pendapatan daerah, meningkatkan sektor industri, dan sebagainya.