

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Melalui perancangan komunikasi visual untuk promosi Museum Sri Baduga ada banyak pengalaman dan pengetahuan yang penulis dapatkan salah satunya mengenai keberadaan museum-museum di kota Bandung. Umumnya museum-museum di kota Bandung sebagai tempat wisata edukasi cukup menarik untuk dikunjungi. Selain itu juga penulis mendapat pengetahuan tentang bagaimana kondisi Museum Sri Baduga sendiri di mata masyarakat, dan apa saja yang sudah dilakukan oleh pemerintah dan Museum Sri Baduga untuk meningkatkan apresiasi dari masyarakat. Sampai saat ini perhatian dari pemerintah terhadap Museum Sri Baduga masih sangat kurang sehingga pihak pengelola museum tidak dapat melakukan perawatan dan kegiatan promosi atau publikasi yang maksimal. Hal tersebut menjadi salah satu faktor penyebab kurangnya apresiasi masyarakat terhadap museum-museum yang ada disekitar mereka. Keberhasilan dalam mengelola museum juga ditentukan oleh peran serta pemerintah yang aktif dan kreatif. Kualitas dan kuantitas dari kegiatan museum pada dasarnya sudah cukup baik, namun hal ini harus lebih ditingkatkan lagi agar dapat menarik masyarakat dalam mengunjungi museum sebagai tempat wisata edukasi. Berkat keseriusan dari pihak Museum Sri Baduga dalam usaha meningkatkan kualitas museum sebagai tempat wisata edukasi yang lebih baik, pemerintah akhirnya sedikit memberikan perhatian dengan melakukan renovasi terhadap Museum Sri Baduga.

Perancangan komunikasi visual ini dimaksudkan untuk memberikan informasi dalam masyarakat tentang keberadaan Museum Sri Baduga yang baru kepada masyarakat khususnya di kota Bandung. Menentukan *target audience* utama yang lebih tepat dan merancang promosi serta strategi yang efektif dan komunikatif. Strategi dengan membuat sebuah program promosi baru museum yang menarik agar dapat mengubah pandangan masyarakat terhadap museum sebagai tempat wisata edukasi yang membosankan

## 5.2 Saran Penulis

Banyak diantara masyarakat kota Bandung yang tidak mengetahui keberadaan Museum Sri Baduga. Salah satu usaha yang dapat dilakukan oleh museum adalah dengan memperluas jangkauan promosi dan kegiatan publikasi sehingga apresiasi masyarakat terhadap museum dapat ditingkatkan lagi. Sampai saat ini kegiatan publikasi Museum Sri Baduga dalam masyarakat sudah cukup baik namun promosi dan media – media promosi yang sudah ada masih kurang diperhatikan. Dalam hal ini penulis menyarankan agar Museum Sri Baduga memperbaiki media – media promosi menjadi lebih menarik dan informatif. Selain itu lebih banyak menyebarkan media-media promosi di dalam masyarakat, karena selama ini Museum Sri Baduga tidak memberikan brosur atau media promosi apapun kepada pengunjung museum. Hal ini dapat memiliki dampak positif bagi museum karena promosi akan lebih meluas dan efektif.

Selain promosi dan kegiatan publikasi ke luar museum, kualitas karyawan dan pemandu yang ada di dalam museum juga harus lebih ditingkatkan lagi. Karena kurangnya pelayanan yang diberikan oleh museum dapat menurunkan minat masyarakat untuk datang berkunjung. Selain itu penulis juga menyarankan agar Museum Sri Baduga memberikan informasi yang lebih lengkap untuk benda-benda museum yang ada dalam bentuk yang lebih menarik. Selain informasi yang tertulis, cara menyampaikan informasi oleh pemandu dan media audio visual juga harus dibuat dalam bentuk yang lebih menarik dan santai. Hal ini khususnya ditujukan bagi pengunjung anak-anak, karena informasi edukasi yang dimiliki museum akan lebih banyak diterima oleh anak-anak yang bersekolah.