

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Perkembangan pembuatan senjata tajam dengan cara tradisional di Indonesia sudah hampir punah karena banyaknya pesaing dari luar dan menyempitnya kebutuhan manusia dalam penggunaan senjata tajam. Hal ini menjadi sebuah kesempatan yang baik untuk memperkenalkan dan mempromosikan senjata tajam tradisional untuk dikoleksi. Untuk itu objek yang dipilih adalah tempat pembuatan senjata tradisional di Cibatu Sukabumi. Satu-satunya pengrajin di desa Cibatu Sukabumi adalah Bapak H. Aas As'ari pemilik “gosali” bernama Golok Pusaka.

Untuk mempromosikan Tempat pembuatan senjata tersebut maka dilakukan dengan pemilihan media promosi yang cocok dengan target market agar lebih dikenal baik di dalam negeri maupun luar negeri, seperti pembuatan brosur, katalog, *website*, *packaging*, mengadakan pameran, dan lain-lain. Sistem grafis untuk promosi yang dipakai juga berhubungan erat dengan *brand* dan *image* yang ingin di tampilkan sehingga dapat meningkatkan proses penjualan produk senjata tajam untuk dikoleksi. Media komunikasi yang dipilih pun harus sesuai dengan target market yang ingin dicapai. Dengan memakai cara berkomunikasi dan media melalui pendekatan desain komunikasi visual yang tepat, maka diharapkan persepsi masyarakat tentang senjata tajam yang dibuat secara tradisional dapat terkesan sebagai barang antik yang indah untuk di koleksi dan memiliki nilai budaya yang cukup baik.

5.2 Saran Penulis

Desain Komunikasi Visual dapat dipakai pada bidang apapun. Selain menambah nilai estetika, desain yang dibuat menjadi sesuai dengan keinginan *client*, dan tentunya pesan yang ingin diberikan pada *target market* yang ingin dicapai dapat tersampaikan dengan baik. Hal ini berlaku juga untuk bidang pembuatan senjata tradisional, yaitu dengan cara mempromosikan dengan media komunikasi visual yang tepat. Untuk mempermudah maka dilakukan observasi terlebih dahulu pada

objek yang dipilih dan objek lain yang memiliki permasalahan atau ciri-ciri yang sama.

Promosi harus dapat mencapai target market, maka dari itu media komunikasi yang dipilih harus sesuai dengan *target market* yang ingin dicapai. Strategi komunikasi dan pengaplikasian desain media promosi dirancang dengan pertimbangan dan data-data yang sudah didapat sebelumnya agar dapat berfungsi dengan baik sehingga meningkatkan penjualan dan peminat senjata tajam tradisional.