

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Melalui perancangan *event* promosi Museum Layang-Layang Indonesia ini, ada banyak pengetahuan dan pengalaman yang penulis dapatkan. Dapat disimpulkan bahwa kurangnya minat masyarakat untuk berkunjung ke Museum Layang-Layang Indonesia dikarenakan promosi yang dilakukan Museum Layang-Layang Indonesia belum terlalu efektif karena media promosinya yang sangat minimal dan kurang didesain dengan baik. Padahal Museum Layang-Layang Indonesia ini memiliki daya tarik pariwisata yang besar sebagai satu-satunya museum layang-layang yang ada di Indonesia. Oleh sebab itu didapatkan solusi dengan perancangan sebuah *event* promosi museum agar masyarakat dapat tertarik untuk datang berkunjung dan mengenal lebih banyak tentang layang-layang.

Strategi yang diambil agar promosi tersebut menarik bagi masyarakat, khususnya target utamanya yaitu pelajar Sekolah Menengah Pertama yang berusia 12-15 tahun, yaitu melakukan pendekatan desain dengan gaya yang sesuai dengan target. Media-media promosi yang dipakai ditempatkan di sekolah-sekolah dan tempat hiburan di kota Jakarta, agar para pelajar dapat mengetahui keberadaan Museum Layang-Layang Indonesia dan menjadi tertarik untuk berkunjung sekaligus mengikuti *event* yang ada.

5.2 Saran

Saran untuk Museum Layang-Layang Indonesia yaitu museum tersebut dapat menjadi tempat menarik dan banyak dikunjungi apabila pihak Museum Layang-Layang Indonesia dapat tetap merawat dan melestarikan koleksi-koleksi layangan yang merupakan warisan bangsa Indonesia maupun dari mancanegara dan menjalankan strategi promosi yang tepat dan efektif.