

# **BAB V**

## **PENUTUP**

### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan pembuatan promosi Museum di Bogor kepada wisatawan mahasiswa nasional, banyak hal yang membuka wawasan dan pengetahuan baru penulis. Selain itu, penulis juga mendapat kesimpulan bahwa turunnya tingkat kunjungan wisatawan mahasiswa dan pelajar pada museum-museum di Bogor dikarenakan kurangnya promosi akan museum-museum yang ada ini kepada kalangan mahasiswa dan pelajar. Selain karena kurangnya promosi, hal lain yang juga berpengaruh akan tingkat kunjungan mahasiswa ke museum adalah karena imej wisata museum yang tidak menarik di mata mahasiswa. Beranjak dari permasalahan tersebut maka dibuatlah promosi jelajah museum yang lebih mengena kepada target mahasiswa dan pelajar yaitu melalui *trivia game*. Diharapkan dengan *trivia game* ini, wisatawan mahasiswa dan pelajar dapat mengenal dan juga menikmati potensi wisata museum yang ada di Bogor.

Dengan mempertimbangkan media apa yang paling dekat dengan target, maka digunakanlah *website* dan media sosial sebagai media utama promosi ini. Selain media utama tersebut, ada juga media pendukung lain seperti merchandise, gimmick, booklet, brosur, iklan facebook, buku paspor dan *boarding pass*.

### **5.2 Saran**

Wisata jelajah museum ini dapat dibuat lebih baik lagi dengan menggunakan teknik fotografi yang lebih komersil. Selain itu, konsep jelajah museum ini dapat diterapkan di kota-kota lain, tak hanya kota Bogor –dimana kelak, logonya dapat berubah sesuai posisi museum di kota tersebut dan karakter museumnya juga dapat diubah sesuai kebutuhan, mengingat konsep logo ini merupakan logo yang dapat diganti *fill*-nya.

*Trivia game* yang ada dapat dikembangkan lagi dengan menggunakan aplikasi AR yang kelak dapat membuat *trivia game* lebih menarik lagi dengan penggunaan aplikasi.