

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Perancangan media promosi Wisata Ilmu Sutera Bandung sebagai Tugas Akhir Desain Komunikasi Visual yang merupakan perancangan untuk memperkenalkan dan meningkatkan tingkat pengunjung Wisata Ilmu Sutera Bandung yang masih rendah dan kurang promosi, padahal merupakan wisata edukasi yang berpotensi karena memiliki edukasi yang unik dan menarik, yaitu berinteraksi secara langsung dengan ulat sutera dan belajar bagaimana proses pembuatan sutera. Target *audience*-nya merupakan keluarga, yaitu orang tua yang berumur 36-40 tahun dari kelas menengah atas yang memiliki anak, senang memberikan pengetahuan baru kepada anaknya, senang berfoto, dan senang berwisata, terutama wisata pendidikan. Perancangan media promosi ini berlandaskan teori AISAS sehingga penulis mendapatkan manfaat, pengetahuan dan pengalaman baru guna mendalami di bidang periklanan, mulai dari analisis data, penentuan media promosi, anggaran membuat iklan yang dapat berguna di dunia kerja yang sesungguhnya.

Penelitian dan perancangan yang telah dibuat di bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa Wisata Ilmu Sutera Bandung merupakan sebuah tempat wisata ilmu budidaya sutera pertama di Indonesia dan memberikan pemahaman dan pengalaman menarik tentang sutera dari awal perjalanan ulat sutera mengeluarkan serat sampai menjadi kain sutera, tidak hanya secara teoritis tetapi dapat berinteraksi langsung dengan ulat sutera.. Oleh karena itu, konsep yang dirancang untuk media promosi Wisata Ilmu Sutera Bandung berkaitan dengan alam dan berinteraksi langsung dengan ulat sutera. Media promosi yang dianggap paling efektif dan dapat menjangkau target *audience* untuk melakukan pendekatan yaitu media sosial seperti instagram dan facebook, *youtube*, *website*, dan buku pengetahuan sebagai *booklet* untuk sang anak. Visual yang ditampilkan berkaitan satu sama lain warna utama hijau dan putih yang terinspirasi dari warna alam dan warna alami sutera, jenis *font* yang sama, dan memperlihatkan

interaksi dengan ulat sutera. Model yang dipakai untuk mempromosikan Wisata Ilmu Sutera ini disesuaikan dengan target *audience* yaitu keluarga yang memiliki anak yang berusia kurang lebih 10 tahun sehingga dapat menyerap edukasi yang diberikan.

5.2 Saran

Perancangan media promosi Wisata Ilmu Sutera Bandung diharapkan dapat memperkenalkan dan meningkatkan ketertarikan pengunjung mengenai ulat sutera, pengolahan, hingga menghasilkan kain sutera sehingga Wisata Ilmu Sutera Bandung semakin dikenal oleh masyarakat, terutama target *audience*. Media dan konsep yang sesuai dengan target sangat dibutuhkan sehingga dapat benar-benar menjangkau target dengan efektif. Media-media yang digunakan harus memiliki benang merah dan dapat mendukung satu sama lain.

Adapun saran dari penguji, yaitu model promosi sebaiknya menggunakan 2 anak, yaitu laki-laki dan perempuan, video sebaiknya menggunakan narasi agar lebih jelas dalam menyampaikan informasi, dan juga mempertimbangkan kerja sama dengan pihak Wisata Ilmu Sutera Bandung.