

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil perancangan kampanye MUTER dapat disimpulkan bahwa sebenarnya banyak tempat alternatif lain selain ke mall untuk menghabiskan waktu berakhir pekan, namun masyarakat tidak sadar akan hal tersebut. Masyarakat yang gemar ke mall sebenarnya telah jenuh berakhir ke mall lagi dan lagi, namun mereka tidak mengetahui tempat-tempat berakhir pekan lain untuk menghabiskan waktunya *refreshing* selain ke mall.

Ketidaktahuan tersebut pun ditambah dengan perilaku masyarakat yang tidak proaktif untuk mencari alternatif tempat berakhir pekan lain karena mereka tidak tahu harus mencari tahu kemana.

Oleh sebab itu kehadiran perancangan kampanye MUTER diharapkan menjadi jawaban akan ketidaktahuan masyarakat tersebut. Sehingga masyarakat tidak merasa saat bosan saat *refreshing*, karena inspirasi dan informasi berbagai tempat berakhir pekan mudah didapat dan mudah didatangi. Hasilnya masyarakat mengetahui terdapat banyak alternatif berakhir pekan lain selain ke pusat perbelanjaan yang juga menarik dan akhirnya mencoba meluangkan waktunya untuk sesekali berakhir pekan di tempat lain.