

## KESIMPULAN & SARAN

### A. Kesimpulan

Kesimpulan dari perancangan komunikasi visual promosi museum boneka *Kanana* 'Daeng Manda' adalah perancangan ini membawa museum supaya lebih diterima oleh generasi z di kota Makassar dengan mempromosikan museum sesuai trend perkembangan zaman. Untuk itu penulis membuat sosial media Instagram, *merchandise*, infografis serta *ambient media* untuk mempromosikan museum. Sosial media Instagram sebagai media yang tepat dalam berpromosi karena dapat meringkas waktu untuk menjangkau target audiens dengan maksimal, anggaran yang dibutuhkan dalam berpromosi juga sedikit sehingga anggaran dalam berpromosi dapat dialihkan ke kebutuhan museum lainnya.

Perancangan ini juga dibuat untuk memberikan informasi singkat dan terbatas lewat sosial media Instagram, dengan memanfaatkan fitur-fitur Instagram, seperti *feed* Instagram, *instastory*, *video reels*, dan efek Instagram membuat target audiens dapat tertarik untuk mengunjungi museum yang dapat berdampak bagi museum karena jumlah pengunjung museum akan bertambah. Media pendukung untuk berpromosi museum seperti *merchandise*, yaitu *oversized tshirt*, masker, *strap masker*, *totebag*, dan stiker, pemesanan *merchandise* dapat dilakukan secara *online* ataupun ketika mereka mengunjungi museum. Media pendukung lainnya seperti infografis yang berisi tentang informasi fase boneka *Kanana* dan *ambient media* yaitu patung jerami selamat datang dan lampu *flexsign* yang akan ditaruh di museum sebagai *spot* foto bagi pengunjung yang mengunjungi museum. Fungsi *ambient media* tersebut sebagai penarik calon pengunjung untuk mengunjungi museum.

Promosi museum lewat sosial media Instagram juga ikut berperan membantu pemerintah dalam menerapkan protokol kesehatan untuk mengurangi penyebaran virus COVID-19 yang ada sampai saat ini.

## **B. Saran**

Saran terhadap peneliti/perancang selanjutnya dalam merancang promosi museum boneka Kanana 'Daeng Manda' kedepannya adalah menambah media informatif lainnya seperti *website* untuk jangka waktu beberapa tahun kedepan, dikarenakan untuk saat ini *website* masih belum dibutuhkan oleh museum karena kurangnya sumber daya manusia dalam pengelolaan museum.

Peneliti juga menyarankan untuk membuat konten promosi yang informatif berupa kolaborasi melalui sesi tanya jawab di siaran langsung dengan selebgram (selebriti Instagram) di kota Makassar ataupun duta pariwisata Sulawesi Selatan dalam berpromosi museum serta memperkenalkan seni tradisi Bugis-Makassar lainnya ke generasi z. Selain itu, peneliti juga menyarankan untuk membuat konten kolaborasi *museum tour* di video *reels* dengan selebgram (selebriti Instagram) ataupun duta pariwisata Sulawesi Selatan pada saat mengunjungi museum.

## Daftar Pustaka

### Buku

Brown, T. (2008), *Design Thinking*, Harvard Business Review, England,.

ICOM, U. (2004), *Running a Museum: A Practical Handbook*, UNESCO, Paris,.

Kemal, M. (2019), *Lontara Dalam Gelar Boneka Bugis Makassar*, Kemal & Nasser Institute, Yogyakarta.

Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 7 tahun 2020 Tentang Gugus Tugas Percepatan Penanganan Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)

Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 12 tahun 2020 tentang penetapan Bencana NonAlam Penyebaran Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) Sebagai Bencana Nasional

Kotler, P. (2013), *Marketing Management (Fourteenth Edition)*, Pearson Education Ltd, Essex, England.

Latief, J. (2015), *Manusia, Filsafat, dan Sejarah*, Bumi Aksara, Jakarta.

Malau, H. (2017), *Manajemen Pemasaran : Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*, Alfabeta, Bandung,.

Mcquail, D. (2011), *Teori Komunikasi Massa Mcquail*, Penerbit Salemba Humanika, Jakarta.

Monoharto, G. S. (2005), *Seni Tradisional Sulawesi Selatan*, Lamacca Press, Makassar.

Sarwono, J. (2006), *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Graha Ilmu, Yogyakarta.

Stillman, D. (2018), *Generasi Z Memahami Karakter Generasi Baru Yang Akan Mengubah Dunia Kerja*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Sugiyama, K. (2011), *The Dentsu Way: Secrets of Cross Switch*, Dentsu Inc, USA.

Tinarbuko, S. (2015), *DeKaVe Desain Komunikasi Visual - Penanda Zaman Masyarakat Global*, Center for Academic Publishing Service, Yogyakarta.

Wheeler, A. (2013), *Designing Brand Identity*, John Wiley & Son Inc, Canada.

## Artikel

- Amir, S. (2018), "Sulapa Eppa Pada Lipa Sabbe Sengkang", *GELAR: Jurnal Seni Budaya*, 52-53, 56.
- Bencisk, A. (2016), "Knowledge Sharing Problems From The Viewpoint of Intergeneration Management", 4th International Conference on Management, Leadership and Governance Academic Conferences and Publishing Limited, 42.
- Junaid, I (2016), "Mengelola Museum, Menarik Publik, Dan Museum Sebagai Daya Tarik Wisata", Acara Sosialisasi Museum Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Prov. Sulawesi Selatan, 6.
- Komarac, T. (2014), "A New World for Museum Marketing? Facing the Old Dilemmas While Challenging New Market Oportunities" ResearchGate, 204, 208.
- Naredi H, Q. L. (2018), "Pengenalan Museum Sebagai Informasi Kesejarahan Dalam Meningkatkan Kesadaran Sejarah" Prosiding Kolokium Doktor dan Seminar Hasil Penelitian Hibah, 166-167.
- Newson, D, (2004), "Public Relations Writing: Form and Style", Nelson Education, Ltd, 236.
- Sampurno M, K. (2020), "Budaya Media Sosial, Edukasi Masyarakat dan Pandemi COVID-19" *Journal Salam: Jurnal Sosial & Budaya Syar-i*, 531.
- Saputra, Y. (2016), "Theoretical Review : Teori Perbedaan Generasi", *Among Makarti*, 132.
- Setiadi, A. (2016), "Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi", *Humaniora*, 2.
- Subandowo, M. (2017), "Peradaban dan Produktivitas dalam Perspektif Bonus Demografi serta Generasi Y dan Z", *Sosiohumanika*, 200-201.
- Suherman. (2017), "Perwujudan dan Nilai Patung Tau-Tau Toraja Sulawesi Tengah", *Jurnal Pelataran Seni*, 78.
- Tinarbuko, S (2004), "Semiotika Analisis Tanda Pada Karya Desain Komunikasi Visual", *Jurnal Nirmana*, 33.
- Watie, E. (2011), "Komunikasi dan Media Sosial", *The Messenger*, 69.



Wijaya, B. S. (2011), “Model Komunikasi Berasa Dalam Komunikasi Pemasaran (Studi Mengenai Iklan Ambient Media dalam Meraih Kepercayaan Khalayak Konsumen)”  
Journal Communication Spectrum, 58.

Yang, C, H. (2017 ), “New Perspective on Visual Communication Design Education”  
International Journal of Higher Education, 197.

### **Interview**

Dr. Asis Nojeng, S.Pd., M. Pd., Budayawan Bugis-Makassar wawancara tgl. 2 Oktober 2020,  
di Galeri De La Macca, Makassar.

Dr. H. Ajiep Padindang SE., MM., Budayawan Bugis sekaligus anggota DPD RI/ DPR RI  
Utusan Sulawesi Selatan, wawancara tgl. 4 September 2021

Dr. Nurlina Syahrir, M. Hum, Murid Dg. Manda & Dosen Jurusan Tari UNM, wawancara  
tgl. 03 Oktober 2020, di Universitas Negeri Makassar, Makassar.

H. Daeng Manda, Pemilik Museum Boneka Kanana & Maestro Tari, wawancara tgl. 08  
8Agustus 2020, di Museum Boneka Kanana ‘Daeng Manda’, Makassar.

