BAB VI
PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Perancangan ini menghasilkan video iklan promosi Museum Soesilo Soedarman yang dapat menjadi media promosi kepada masyarakat luas. Data dikumpulkan melalui metode kualitatif yaitu wawancara kepada informan yang dianggap menguasai cerita, observasi terhadap target *audience* dan lokasi yang diangkat menjadi media promosi. Serta studi Pustaka untuk menentukan konsep video iklan yang akan digunakan. Hasil dari perancangan ini adalah video iklan sebagai media promosi Museum Soesilo Soedarman. Perancangan ini juga menghasilkan media pendukung yaitu: poster, *cover CD, label DVD* dan leaflet.

6.2 Saran

Batasan dari penelitian ini adalah merancang video iklan Museum Soesilo Soedarman. Target dari video iklan ini adalah golongan remaja hingga dewasa usia 25 – 45 tahun, yang bertujuan supaya penelitian ini dapat lebih fokus pada golongan remaja dan dewasa. Maka dengan itu saran untuk penelitian selanjutnya supaya mampu merancang video iklan yang lebih menarik lagi dan target audience yang lebih luas lagi. Sehingga untuk peneliti selanjutnya bisa menjadi objek kajian berdasarkan pengembangan dari penelitian ini.