

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Penulis membuat judul “Perancangan Kampanye Pengenalan Cagar Budaya Eks Karesidenan Banyumas Melalui Instagram di Komunitas Banjoemas History Heritage Community dimasa Pandemi COVID-19” Pelaksanaan proses kreatif tersebut terdiri dari pra produksi sampai produksi yaitu :

Pra produksi : riset, mengumpulkan data informasi selama 3 bulan yaitu maret hingga mei. Kegiatan ini dilakukan melalui internet dan jejaring sosial lainnya serta melalui konsultasi bersama Fouder atau ketua komunitas BHHC yaitu Bapak Jatmiko Wicaksono.

Kemudian hal yang dilakukan yaitu :

1. Kegiatan pengumpulan data sejarah dan foto , memilah dan memilih informasi yang sesuai serta menentukan desain rancangan yang akan dieksekusi.
2. Menyusun brief dari judul, produk yang ingin diangkat, hasil karya berupa desain kampanye media sosial Instagram, serta pengaplikasian informasi.
3. Konsep dan ide yang dibuat penulis disesuaikan dengan keadaan saat ini dimana pandemi COVID 19 menyerang, sehingga konsep yang diusung adalah kampanye melalui media sosial Instagram dengan tujuan mengenalkan cagar budaya yang ada di eks Karesidenan Banyumas melalui desain kampanye sekaligus mengingatkan dan mengajak kembali kepada masyarakat agar selalu menjaga dan terus mengingat warisan budaya.
4. Segmentasi:  
Ditujukan kepada masyarakat terutama masyarakat lingkungan eks Karesidenan Banyumas.

Strategi penulis:

melalui karya yang berwujud kampanye ini dapat menyampaikan pesan dan dapat diterima juga dapat dipahami oleh seluruh masyarakat.

5. Output berupa aplikasi kampanye digital melalui Instagram baik itu feed Instagram, story Instagram, dan live Instagram melalui akun Banjoemas History Heritage Community.

Produksi : sebuah eksekusi dari pra produksi dimana penulis membuat logo kampanye

1. Konsep logo
  - a. Konsep kasar
  - b. Layout lengkap
  - c. Final design
  - d. Prespektif bangunan dari pabrik gula kalibagor
  - e. Vector teks dan pita bertuliskan kiye inyong banget
  - f. Penambahan aksent vector awan
2. Layout feed, Story, dan live Instagram
  - a. Konsep kasar logo
  - b. Layout lengkap
  - c. Final design

Yang dihasilkan dari proses kreatif :

1. Merchandise

Secara keseluruhan adanya kampanye ini dapat bermanfaat bagi masyarakat Karesidenan Banyumas juga bermanfaat bagi komunitas Banyumas History Heritage Community. Manfaat dari pembuatan karya kreatif ini yaitu :

1. Bangga terhadap apa yang masih dimiliki oleh Karesidenan Banyumas dalam segi cagar budaya.

2. Membantu mengenalkan dan memberi arahan terhadap kepedulian masyarakat Karesidenan Banyumas khususnya untuk ikut menjaga dan melestarikan cagar budaya.
3. Mengingatkan masyarakat untuk memberikan informasi yang baik tentang cagar budaya kepada khalayak luas dengan cara membuat kampanye tentang cagar budaya melalui media sosial di masa pandemi covid-19.
4. Mengajak masyarakat luas khususnya remaja di eks karesidenan Banyumas untuk lebih mengenal dan peduli terhadap cagar budaya karesidenan Banyumas, karena wilayah tersebut banyak memiliki cagar budaya yang masih terjaga oleh generasi penerusnya.

Dalam perancangan ini penulis dapat mengerti dan mengetahui dalam perancangan kampanye di social media khususnya Instagram, dapat di perlukan juga rancangan dan konsep yang matang, dan dapat menyampaikan pesan secara jelas, dan di tampilkan pada Instagram Banjoemas History Heritage Community

## **B. Saran**

Saran penulis sesudah Tugas Akhir ini diselesaikan untuk STIKOM (Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi) Yogyakarta, yaitu:

1. Menambah pengetahuan tentang desain kreatif dengan praktek langsung menggunakan ilusi klien
2. Memberikan bantuan dalam fasilitas untuk mamsang karya yang lebih baik.
3. Mempermudah mahasiswa untuk KRS secara online

Saran penulis untuk BHHC:

1. Mengaktifkan dan melanjutkan jelajah secara online.
2. Melibatkan anak – anak muda untuk berperan aktif dalam mencintai sejarah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Pujirianto. 2005. *Desain Grafis Komputer*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Adi Kusrianto 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Frank Jefkins 1995. *Periklanan dan Typography*, Jakarta: Erlangga
- Kaplan & Haelein, 2010. *Media Sosial user of the world, unite*. Business Horizon
- Rogers dan Storey, 1987. *Kampanye, California*. Communication Campign.
- Undang – Undang Dasar Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2010

### *Internet*

- [www.banjoemas.com](http://www.banjoemas.com) diakses pada 31 Juli 2020
- <https://stoppneumonia.id/informasi-tentang-virus-corona-novel-coronavirus/> diakses pada 1 Agustus 2020
- <https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/bpcbbanten/pengertian-cagar-budaya-berdasar-undang-undang-cagar-budaya/> diakses pada 12 Juli 2020
- <https://www.dosenpendidikan.co.id/pengertian-kampanye/> diakses pada 13 Juli 2020
- <https://tekno.kompas.com/read/2019/12/23/14020057/sebanyak-inikah-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia>
- [https://kominfo.go.id/content/detail/3834/siaran-pers-no-17pihkominfo22014-tentang-riset-kominfo-dan-unicef-mengenai-perilaku-anak-dan-remaja-dalam-menggunakan-internet/0/siaran\\_pers](https://kominfo.go.id/content/detail/3834/siaran-pers-no-17pihkominfo22014-tentang-riset-kominfo-dan-unicef-mengenai-perilaku-anak-dan-remaja-dalam-menggunakan-internet/0/siaran_pers)
- <https://www.digitaladies.id/2019/09/tipografi-pada-desain-grafis.html>
- [https://www.vhv.rs/download/hbommTb\\_photoshop-cs6-logo-transparent-png-cli-part-free-download/](https://www.vhv.rs/download/hbommTb_photoshop-cs6-logo-transparent-png-cli-part-free-download/)

## LAMPIRAN



Gambar 5. 1 Dokumentasi pasang karya pameran  
Sumber : Dokumentasi penulis



Gambar 5. 2 Dokumentasi pasang karya pameran  
Sumber : Dokumentasi penulis



Gambar 5. 3 Poster Pameran  
Sumber : Dokumentasi penulis



Gambar 5. 4 Pameran Karya Live Instagram  
Sumber : Dokumentasi Penulis