# BAB VPENUTUP

## Kesimpulan

Perancangan media promosi Taman Baca Zahra dibuat dari permasalahan yang ada yaitu kurangnya promosi dan keberadaan Taman Baca Zahra masih terbilang baru. Kegiatan yang diselenggarakan hanya sedikit yang berminat membaca dan keinginan untuk mengunjungi belum mengalami peningkatan yang signifikan. Faktor lain yang memperngaruhi karena adanya pandemi sehingga mengalami penurunan pengunjung. Kurangnya promosi dalam kegiatan yang diadakan Taman Baca Zahra sehingga masyarakat sekitar kurang mengetahui keberadaan taman baca. Belum adanya media pendukung pengenalan taman baca untuk anak-anak sekitar, sehingga dijadikan peluang oleh perancang untuk merancang media promosi Taman Baca Zahra.

Tujuan utama perancangan ini untuk menyebarkan informasi dan memperbaiki media yang ada agar lebih tepat sasaran dan masyarakat luas khususnya anak-anak akan lebih tertarik untuk berkunjung ke taman baca. Mengedukasi kepada masyarakat tentang pentingnya literasi pada anak. Perancangan ini menggunakan metode *Design Thinking* yang meliputi; *Emphatize*, *Define, Ideate, Prototype, Test* dengan metode ini membantu menghasilkan perancangan media promosi yang efektif sesuai dengan permasalahan dan target *audience.*

## Saran

Taman Baca Zahra sudah terlebih dahulu menggunakan media sosial dalam berkegiatan, namun kurang konsisten dan belum ada perencanaan media dalam jangka waktu tertentu membuat tujuan promosi menjadi tidak jelas. Dari sudut pandang ini, penulis berharap ke depan Taman Baca Zahra dapat merencanakan kegiatan dalam jangka waktu tertentu sesuai dengan kebutuhannya sendiri, sehingga tujuan kegiatan promosi dapat lebih terarah. Terciptanya media promosi Taman Baca Zahra ini merupakan harapan yang baik untuk membantu memperkenalkan kepada masyakarat tentang taman baca. Semoga kedepannya media promosi yang telah dirancang ini dapat dikembangkan dengan lebih baik lagi dengan menggunakan media lainnya.