

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Setelah melakukan beberapa riset dan juga pendalaman masalah, penulis menyimpulkan bahwa Lombok adalah sebuah kawasan wisata dengan potensi wisata yang sangat besar yang berasal dari kondisi alam dan juga lokasi geografisnya yang dekat dengan Bali sehingga dekat bagi para turis asing maupun nasional yang berada di Bali untuk berwisata juga ke Lombok. Selain itu, Lombok juga memiliki kondisi perairan yang sangat berpotensi untuk dijadikan tempat berselancar seperti di pantai Mawi, lalu wisata bawah lautnya yang indah, pengalaman menaiki perahu kayak, dan masih banyak lagi potensi wisata yang terdapat di Pulau Lombok untuk dieksplorasi. Dengan potensi seperti inilah maka Lombok sangat layak untuk dijadikan tempat berwisata bagi masyarakat kota, khususnya masyarakat kota besar.

Dengan kondisi perkotaan yang selalu dipenuhi dengan kesibukan, kepenatan dan kebosanan akan rutinitas, maka kebutuhan berwisata pun menjadi penting, dan Lombok merupakan salah satu jalan keluarnya. Dimana dengan seluruh potensi wisata yang ada, Lombok dapat menyegarkan pikiran orang yang berlibur kesana untuk *me-refresh* pikiran. Namun, sayangnya kondisi dan potensi Lombok ini belum diketahui oleh beberapa orang khususnya di daerah Jawa Barat, oleh karena itu diperlukan promosi yang kuat, selain itu juga identitas yang lemah juga menjadikan Lombok sulit dikenali masyarakat.

Bila melihat dari masalah-masalah di atas, maka penulis membuat sebuah perancangan yang berfungsi untuk memberikan sosialisasi tentang Lombok, membagikan suasana, mood, informasi serta identitas yang akan diingat oleh para audiensnya. Perancangan harus dibuat berbeda dari pesaingnya agar tidak menimbulkan keambiguan di mata audiens mengenai lokasi wisata. Hal ini telah terjawab dengan menggunakan ilustrasi vektor yang disertai dengan stilasi

pola kain songket yang terdapat pada visualnya untuk memberikan ciri khas dari Lombok sendiri. Selain itu perancangan juga harus dapat menarik perhatian di tengah-tengah gencarnya promosi dari pesaing lain yang kebanyakan memakai foto. Pada promosi ini, penulis ingin pesan promosi tersampaikan melalui *mood* dan suasana yang dibagikan kepada audiens dari setiap media promosi yang ada.

Penulis juga menyadari bahwa promosi lokal wisata ini tdiak bisahanya dilakukan sekali, namun harus berulang/ terus-menerus sehingga penulis merancang promosi selama kurun waktu 9 bulan.

Demikianlah kesimpulan yang diperoleh penulis selama melakukan penelitian dan juga perancangan. Semoga hasil dari penulisan serta perancangan ini berguna di masa yang akan datang.

## **5.2 Saran**

Saran dari penulis bagi Lombok serta tujuan wisatan lainnya yang berpotensi besar adalah diharapkan memiliki jalan akses yang lebih nyaman dan memiliki fasilitas jalan yahng lebih baik. Selain itu, diharapkan adanya pengembangan sarana maupun prasarana yang semakin maju agar dapat mempengaruhi daya wisata yang ada di Lombok sendiri. Selain itu, Lombok sebaiknya memiliki pusat informasi lengkap mengenai Lombok dan suasana yang terdapat disana, agar audiens dapat mulai tertarik untuk datang berwisata ke Lombok.