

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 KESIMPULAN**

Setelah melakukan riset dan pendalaman masalah, penulis menyimpulkan bahwa pantai Ujung Genteng adalah sebuah kawasan wisata dengan potensi wisata yang sangat besar yang berasal dari kondisi alam dan lokasi geografisnya yang sangat menantang dari kota besar. Selain itu pantai Ujung Genteng juga memiliki kondisi perairan yang sangat berpotensi untuk dijadikan tempat berselancar, lalu tempat observasi penyu Hijau sehingga dijadikan tempat penangkaran penyu hijau, lalu juga memancing, dan hamparan pasir yang luas untuk melihat matahari terbenam. Kawasan pantai Ujung Genteng layak dijadikan tempat berwisata alternatif bagi masyarakat kota khususnya Bandung dan Jakarta. Dengan kondisi perkotaan yang selalu dipenuhi dengan kepenatan, kebosanan serta rutinitas, maka kebutuhan berwisata pun menjadi penting, dan Ujung Genteng dengan segala potensinya menawarkan jalan keluar untuk menantang sekaligus memberikan suatu sensasi yang berbeda dari obyek wisata pantai lainnya, agar dapat mendapatkan pengalaman yang baru dan menantang. Sayangnya kondisi dan potensi Ujung Genteng belum banyak diketahui orang, oleh karena itu diperlukan adanya promosi yang kuat. Selain itu, identitas yang lemah juga menjadikan Ujung Genteng sulit untuk dikenali oleh masyarakat, berbeda dengan pesaingnya Bali dan Pelabuhan Ratu yang telah lama dikenal oleh masyarakat.

Berangkat dari masalah-masalah diatas, maka penulis membuat sebuah perancangan yang berfungsi memberikan sosialisasi tentang Ujung Genteng , membagikan suasana, mood, informasi, serta identitas yang akan diingat oleh para target sasaran promosinya yaitu backpacker dan wisatawan . Perancangan yang dibuat harus berbeda dari pesaingnya agar tidak menimbulkan keambiguan di mata target sasaran promosi tentang lokasi wisata. Hal ini dijawab dengan

penggunaan old paper, yang mendominasi hampir seluruh media visual. Perancangan harus mampu memberikan informasi yang lengkap bagi audience, hal ini juga dijawab dengan dibuatnya blog tentang Ujung Genteng yang lengkap berisikan informasi dan data. Selain itu perancangan juga harus dapat menarik perhatian ditengah-tengah gencarnya promosi dari pesaing yang lain, oleh karena itu dibuat perancangan yang tidak mengikuti kebanyakan promosi pariwisata lainnya. Karena menonjolkan foto pada visual yang penulis buat, maka yang ditawarkan dari setiap media visual yang ada adalah, mood dan suasana yang dibagikan kepada target sasaran promosi.

Dari hasil riset, pengamatan, dan perancangan penulis juga menyimpulkan bahwa sebuah promosi haruslah dilakukan dengan cara-cara yang kreatif, informatif, serta menggebrak agar dapat berfungsi dengan efektif dan lancar.

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

## **5.2 SARAN**

Saran dari penulis bagi Ujung Genteng sebagai sebuah tujuan wisata yang berpotensi besar adalah diharapkan memiliki jalan akses yang lebih nyaman serta lebih memiliki fasilitas jalan yang baik. Selain itu diharapkan juga memiliki fasilitas wisata yang lebih baik dan modern. Kedua hal ini akan mempengaruhi daya wisata yang dimiliki oleh Ujung Genteng itu sendiri. Selain itu Ujung Genteng sebaiknya memiliki pusat informasi terpadu seperti website, perpustakaan ataupun kantor resmi yang menyediakan informasi langsung yang dapat dipercaya sehingga mempermudah proses pengumpulan data.