

BAB V

PENUTUP

Berdasarkan hasil pembahasan dari perancangan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka pada bab ini Penulis mendapatkan kesimpulan dan saran dalam melakukan kegiatan perancangan media promosi untuk mendukung pariwisata di Provinsi Lampung.

5.1 Simpulan

Berdasarkan pada pembahasan yang dilakukan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan yang dapat diambil oleh Penulis, yaitu:

1. Pemilihan, pengembangan, dan perencanaan media promosi pariwisata yang dapat dijadikan sebagai alat bantu dalam pengelolaan objek pariwisata beserta sarana dan prasarana wisata yang ada di Provinsi Lampung.
2. Media promosi yang sesuai dengan kebutuhan dari target perancangan merupakan kunci utama dari suksesnya perancangan kegiatan promosi tersebut.
3. Pariwisata bukan hanya satu-satunya yang dapat dipromosikan tetapi kebudayaan dan cara hidup masyarakat yang tradisional demi mempertahankan budaya setempat juga dapat menarik calon wisatawan untuk datang berkunjung ke suatu daerah.

5.2 Saran

Saran mengenai perancangan yang serupa dengan kegiatan perancangan media promosi pariwisata Lampung dari berbagai pihak yang berhubungan dengan kegiatan perancangan ini, yaitu:

1. Saran dari Penulis
 - a. Perlunya pengembangan lebih lanjut agar kegiatan promosi ini dapat terlaksana secara berkala dan tersistem, terutama dalam penyediaan fasilitas seperti penyediaan sarana dan prasarana wisata.
 - b. Zaman akan terus berkembang ke arah yang lebih modern, oleh karena itu kegiatan promosi ini harus disesuaikan dengan perkembangan zaman tetapi juga tidak meninggalkan nilai-nilai budaya yang ada.
 - c. Sesuaikan kebutuhan target perancangan dengan media promosi yang akan digunakan agar kegiatan promosi bisa berhasil.

2. Saran dari Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung selaku Mandatori dari kegiatan perancangan ini

a. Kegiatan promosi merupakan kegiatan yang penting untuk memperkenalkan potensi wisata yang ada di Lampung. Walaupun terhambat oleh fasilitas dan pihak pengelola yang bersedia untuk mengelola tempat wisata yang ada, tetapi kegiatan promosi harus tetap dilakukan, sedangkan fasilitas juga sarana dan prasarana wisata yang ada akan diperbaiki seiring berjalannya waktu.

b. Pemilihan media yang tepat dan menyesuaikan dengan perkembangan zaman akan membuat kegiatan promosi menjadi lebih maksimal.

3. Saran dari Penguji

a. Konsep kreatif yang digunakan lebih baik menonjolkan unsur lokal karena masyarakat akan lebih tertarik dan secara tidak langsung memberikan edukasi, seperti pemilihan warna dan ornamen-ornamen daerah.

b. Menggunakan metode ilustrasi merupakan nilai tambah dari kegiatan media promosi ini, tapi yang menjadi nilai tambah kedua adalah ditambah dengan fotografi yang akan lebih memperjelas tempat wisata yang akan dikunjungi.

4. Saran dari masyarakat (anak muda *traveller* dan pecinta alam)

a. Informasi yang lengkap, jelas dan menarik adalah hal yang sangat dibutuhkan oleh *traveller* ketika mereka pergi berwisata ke suatu tempat.

b. Indonesia yang kaya akan budaya, suku dan bangsa. Dikenal memiliki masyarakat yang ramah dan sopan. Oleh karena itu, bisa mengetahui dan belajar sedikit mengenai budaya suatu daerah sebelum berkunjung ke tempat tersebut merupakan keinginan juga kebutuhan dari *traveller* yang baru pertama kali akan berkunjung ke daerah tujuan wisata mereka.