

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil data dan riset yang telah penulis kumpulkan, wisatawan lebih banyak memilih berwisata ke kawasan Bandung Utara dibandingkan ke kawasan Bandung Selatan. Hal ini ditunjukkan dalam data dan riset dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan bahwa jumlah pengunjung ke Bandung Utara mencapai dua kali lipat daripada ke Bandung Selatan. Selain itu, faktor yang mempengaruhi kurangnya wisatawan ke Bandung Selatan ialah minimnya informasi mengenai objek – objek wisata yang ada disana.

Maka dari itu penulis merancang sebuah *Destination Branding*. Dalam perancangan *Destination Branding* ini, calon wisatawan dapat memperoleh banyak informasi mengenai objek-objek wisata, lokasi dari setiap objek wisata maupun suasana objek wisata yang berada di KSPN Ciwidey. Sehingga diharapkan agar calon wisatawan memilih KSPN Ciwidey, Bandung Selatan menjadi tujuan berwisata. Faktor lain yang penulis harapkan pada perancangan *Destination Branding* ini adalah meningkatnya perekonomian masyarakat sekitar KSPN Ciwidey, dibenahinya sarana dan pra-sarana pada objek-objek wisata, dan agar kawasan Bandung Selatan khususnya KSPN Ciwidey memiliki jumlah rata-rata wisatawan yang sebanding dengan kawasan Bandung Utara.

5.2 Saran

Saran ditujukan kepada dewasa muda di kota Bandung untuk menambahkan kawasan Ciwidey, Bandung Selatan sebagai salah satu destinasi wisata bersama keluarga disaat berlibur. Adapun saran yang diberikan oleh dosen penguji ialah menambahkan *Sitemap* pada website, untuk memperjelas alur penggunaan website, baik pada halaman *Home*, *Location*, *Review*, *Reservation*, dan *About Us*. Saran bagi pembaca laporan ini untuk menyempurnakan perancangan *Destination Branding* ini dengan perancangan *Branding* serupa agar kawasan Ciwidey, Bandung Selatan memiliki jumlah wisatawan yang sebanding dengan kawasan Bandung Utara.

