



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Pada zaman sekarang ini pariwisata telah berubah menjadi sebuah industri yang memerlukan sebuah strategi matang dalam memajukannya. Promosi merupakan langkah yang dapat digunakan untuk memperkenalkan produk unggulan dari sebuah pariwisata daerah dan layak untuk dijual pada khalayak. Media-media yang digunakan dalam promosi pun dapat menjadi sebuah media yang menyajikan informasi lebih dalam mengenai apa yang ditawarkan dari tujuan wisata tersebut.

Bali sudah lama dikenal sebagai daerah pariwisata unggulan dari Indonesia, wisatawan mancanegara dan tak sedikit wisatawan lokal pun menjadikan Bali sebagai destinasi utama berlibur. Ini tidak lepas dari potensi yang dimiliki setiap kabupaten yang ada di Bali. Tabanan, salah satu kabupaten yang bisa dikatakan memiliki potensi alam dan budaya terlengkap dari kabupaten lainnya.

Kondisi alam yang disebut *nyegara gunung*, menjadikan Tabanan memiliki segala kekayaan alam yang layak dijadikan objek pariwisata. Pengembangan yang berbasis pada *Tri Hita Karana* menjadikan alam hijau dari kabupaten Tabanan tetap asri dan memiliki panorama memukau yang jarang bisa ditemukan di tanah subur lainnya. Lumbung beras pulau Dewata, begitulah Tabanan dikenal sejak dulu, ini disebabkan luasnya lahan pertanian *subak* yang ada di kabupaten Tabanan.

Agar tidak kalah bersaing dengan daerah lainnya, promosi yang lebih tertata dan mengangkat ciri khas utama dari kabupaten Tabanan perlu dilakukan, karena pada dasarnya belum ada media yang berperan mempromosikan dan mengangkat identitas utama dari kabupaten Tabanan. Media promosi ini pun akan dapat membantu program pemerintah daerah yang mencanangkan pemerataan jumlah wisatawan ke setiap objek dan juga pariwisata yang berdampak langsung kepada masyarakat.

Pola promosi serta media yang digunakan dalam promosi ini semoga dapat membantu program pemerintah daerah dalam mencapai targetnya. Disamping itu, bisa dikatakan memang sudah saatnya Bali dikenal lebih luas bukan lagi sekadar Bali namun juga mengangkat identitas setiap kabupatennya sehingga para wisatawan tidak mudah jenuh untuk terus menerus datang ke Bali.

## **5.2. Saran**

Penting adanya untuk menetapkan target sasaran serta tema utama dari promosi pariwisata yang bertujuan menjadi landasan dalam membangun sebuah media promosi yang baik dan terencana. Meskipun demikian, tak menutup kemungkinan selain target sasaran juga tertarik akan promosi ini. Sebagai contoh promosi ini telah ditetapkan untuk wisatawan yang berdomisili di Jakarta, namun bisa saja wisatawan dari daerah lainnya juga menggunakan media-media yang digunakan sebagai panduan informasi ketika berwisata di Tabanan.

Di samping itu, perancangan media promosi yang dilakukan dengan mengangkat tema berbeda sesuai keunggulan potensi yang ada di Tabanan per

tahunnya dapat menjadi sebuah riset untuk dilanjutkan ke pembangunan identitas dari destinasi wisata kabupaten Tabanan, atau yang dikenal dengan *destination branding*. Sebagai contoh, bila tahun 2016 mengangkat agrowisata budaya, maka ditahun berikutnya mengangkat wisata bahari, dan begitu seterusnya hingga seluruh potensi Tabanan keluar ke permukaan dan benar-benar bisa dikatakan sebagai identitas dari kabupaten Tabanan.