



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

Kampung Wisata Brontokusuman memiliki berbagai potensi wisata, yaitu wisata alam, wisata budaya, serta wisata kuliner dan penginapan. Namun potensi tersebut tidak teridentifikasi oleh wisatawan, dikarenakan tidak ada informasi yang menyatakan adanya Kampung Wisata Brontokusuman. Untuk menyelesaikan masalah tersebut, maka pada perancangan kali ini penulis membuat identitas secara verbal dan visual yang bertujuan untuk identifikasi, juga merancang materi promosi yang bertujuan meningkatkan *awareness* calon wisatawan terhadap kampung wisata ini.

Selama perancangan ini dibuat, penulis telah melewati bermacam tahapan yang menuntun pada hasil akhir sebuah materi promosi yang diaplikasikan ke berbagai media. Untuk menjawab permasalahan wisatawan yang belum *aware* terhadap potensi wisata yang ada, maka visual dari materi promosi menampilkan berbagai macam potensi yang terbagi menjadi 4 kategori iklan. Kategori pertama untuk potensi wisata kuliner dan penginapan, kategori kedua untuk potensi wisata alam, kategori ketiga untuk potensi wisata budaya, dan yang terakhir adalah kategori untuk merangkum seluruhnya. Keempat kategori tersebut dibuat dengan menggunakan teknik ilustrasi, tujuannya untuk mengangkat sisi *craftmanship* Yogyakarta yang masih kuat, sehingga promosi yang ditampilkan mempunyai keunikan dibanding dengan promosi destinasi lainnya. Sebab, diferensiasi dengan

memunculkan keunikan suatu destinasi dapat menjadi nilai plus yang membuat calon wisatawan tertarik untuk berkunjung. Hal tersebut merupakan strategi yang digunakan penulis untuk perancangan kali ini. Mengingat di era globalisasi ini, jika suatu destinasi tidak memiliki keunikan, maka akan kehilangan eksistensinya dan tertinggal oleh destinasi lain.

Pada akhirnya, perancangan ini menghasilkan sebuah visual promosi untuk Kampung Wisata Brontokuman dengan nama baru yaitu Delightful Brontokuman. Visual promosi tersebut sesuai dengan fungsinya sebagai kampung wisata, sehingga dapat teridentifikasi dengan baik oleh calon wisatawannya.

5.2. Saran

Dalam perancangan visual promosi ini, penulis mempelajari banyak hal. Namun hal yang paling penting adalah saat menetapkan target yang sesuai. Penentuan target tersebut yang akan diturunkan menjadi sebuah strategi, baik promosinya atau visualnya. Ketika target yang ditentukan tepat sasaran, maka pesan yang disampaikan ke audiens dapat diterima dengan baik.

Penulis berharap agar perancangan visual promosi ini tidak berhenti sampai disini saja, karena perancangan visual promosi ini merupakan langkah awal untuk sebuah destinasi. Namun penulis berharap supaya dapat dilanjutkan menjadi *destination branding*, yang merupakan tujuan akhir. Semua itu diharapkan dapat membantu mewujudkan visi dari dinas pariwisata Yogyakarta yaitu mendukung kemandirian kampung wisata di Yogyakarta.