



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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 Adat Cireundeu masih kurang dalam mempromosikan dirinya sehingga belum diketahui oleh banyak wisatawan. Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan, didapatlah bahwa banyak yang tidak tertarik untuk berkunjung karena tidak mengetahui tempat tersebut adalah lokasi wisata.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka promosi ini dirancang dengan menggunakan visual yang jadul atau retro, serta gambar yang menunjukkan potensi wisata Kampung Adat Cireundeu untuk menunjukkan bahwa kampung itu adalah lokasi wisata dengan warisan kebudayaan dari leluhur. Penulis juga menggunakan model turis yang memakai baju adat Sunda untuk menunjukkan aktivitas yang dapat dilakukan disana, seperti *hiking*, *kuliner*, dan *homestay* dengan sekaligus merasakan kebudayaan Sunda asli. Filosofi dari kampung tersebut penulis gunakan sebagai teks *copywriting* iklan untuk sekaligus memperkenalkan kebudayaan unik dari kampung tersebut.

Promosi dilakukan melalui media yang bersentuhan dekat dan paling banyak digunakan oleh calon wisatawan, seperti *Instagram*, *Facebook*, dan media pendukung lainnya yang mudah ditemukan di jalan. Hal ini dilakukan agar kebudayaan dan potensi wisata dari Kampung Adat Cireundeu dapat dikomunikasikan secara optimal kepada calon wisatawan.

5.2. Saran

Saran penulis bagi pembaca terutama yang akan melakukan sebuah perancangan promosi untuk lokasi wisata adalah untuk melakukan penelitian yang sedalam-dalamnya untuk mendapatkan *insight* sebelum melakukan perancangan, melakukan observasi secara langsung ke lokasi wisata, dan menggunakan metode perancangan secara urut. Hal ini bertujuan agar peneliti dapat mengetahui permasalahan yang sesungguhnya sehingga perancangan promosi tersebut tidak menyimpang dan tetap menjadi solusi yang tepat dari permasalahan konsumen.