

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Kampung Batik Pesindon merupakan salah satu destinasi wisata Pekalongan, yang selain menawarkan sejarah dan budayanya, namun juga menyediakan wisata edukasi. Sayangnya, potensi wisata dari Kampung Batik Pesindon ini masih belum dikenal oleh masyarakat karena tidak adanya media promosi yang efektif. Melihat hal tersebut, penulis ingin merancang suatu bentuk promosi yang memperkenalkan *value* dari wisata di Kampung Batik Pesindon. Penulis juga menargetkan target audiens keluarga muda, yang memiliki pandangan wisata ideal akan aktivitas wisata berkualitas yang dapat dilakukan bersama keluarga. Dari penetapan target tersebut, diharapkan pendekatan konsep promosi yang dilakukan tepat dan efektif untuk meningkatkan kunjungan wisata ke Kampung Batik Pesindon.

5.2. Saran

Selama penulis membuat perancangan promosi Kampung Batik Pesindon ini, penulis jadi mengetahui berbagai hal yang perlu diperhatikan agar proses perancangan dapat berjalan dengan lancar. Salah satunya penulis menyarankan untuk mendalami topik, *insight* dari target audiens, teori/materi yang berkaitan dengan promosi dan desain, serta media-media yang efektif digunakan di era teknologi ini. Selain memperdalam wawasan, diperlukan juga rasa optimis dan

semangat untuk terus memperbaiki kekurangan yang ada sehingga dapat menghasilkan *output* yang maksimal dan memuaskan.