



### **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

Pariwisata sekarang ini menjadi dunia usaha yang cukup diminati dan seperti usaha lainnya, pariwisata juga membutuhkan bentuk strategi untuk memasarkan produknya agar masyarakat dapat tertarik dan berminat untuk mendatangi tempat pariwisata tersebut. Biasanya cara untuk memasarkan produk pariwisata menggunakan sebuah media promosi yang dituangkan dalam visual maupun tulisan hingga calon pengunjung dapat tertarik pada tempat wisata. Media promosi tidak hanya berguna untuk memasarkan tetapi juga untuk memberikan informasi mengenai produk yang ditawarkan dan menguji produk itu hingga terlihat hal unik yang dimilikinya dan menjadikan produk tersebut sebagai daya tarik untuk masyarakat.

Labuan Bajo yang berada di Kecamatan Komodo, Manggarai Barat, Nusa Tenggara Timur adalah tempat pariwisata yang terkenal dengan habitat hewan langka yaitu Komodo dan juga tempat dengan potensi pariwisata alam dan budaya yang tinggi dan cocok untuk dipromosikan kepada masyarakat dengan banyaknya pulau yang memiliki *hidden gem* didalamnya. Selain adanya habitat Komodo, pulau pulau besar hingga tempat yang terpencil seperti goa, danau dan lainnya memiliki keunikan masing masing didalamnya. Contohnya seperti wisata Goa Rangko dengan goa yang memiliki kolam didalamnya dimana kita bisa berenang dan menjadi satu-satunya Goa yang memiliki kolam. Kemudian ada juga tempat wisata yang memiliki teluk dan pasir yang berbeda warna dari warna pada umumnya. Selain keunikan alam, budaya budaya yang dimiliki juga beragam seperti Tari Ca'ci yang terdapat di Desa Wae Rebo maupun Kampung Melo ataupun Desa adatnya yaitu Bena Bajawa yang memiliki keunikan pada desain desanya.

Dari penjelasan yang sudah dijabarkan bahwa keadaan Labuan bajo memiliki banyak potensi yang dapat dipromosikan selain terkenalnya Habitat Komodo saja dan tempat ini tidak kalah saing dengan wisata yang sudah sangat terkenal hingga mancanegara yaitu Bali. Namun masalah yang ditemukan oleh penulis adalah adanya masalah alam seperti pandemi membuat Labuan Bajo yang tertutup mendapatkan kerugian dan durasi pandemi yang membuat Labuan Bajo ini belum terpromosikan kembali lewat media yang ada. Dengan munculnya media promosi sekarang ini, apalagi jika media tersebut menggunakan bentuk yang jarang dilihat dan menarik untuk diperhatikan oleh masyarakat, maka tidak menutup kemungkinan Keadaan Labuan Bajo yang mengalami imbas dari pandemi mendapatkan promosi dan pengenalan kembali kepada masyarakat dengan cara yang bagus dan efektif.

Masalah yang ada dan kebutuhan ini yang menjadikannya latar belakang penulis untuk mengangkat pariwisata Labuan Bajo sebagai topik yang cocok untuk dipromosikan kembali dan mengenalkan tempat pariwisata didalamnya dengan lebih jelas kepada masyarakat sehingga memberikan kesan bahwa Labuan Bajo ini sudah siap beroperasi untuk menyambut kembali turis yang akan datang. Perancangan media promosi yang telah dibuat dan berbentuk *Motion Graphic Interactive* ini diharapkan dapat mendukung dan berguna sebagai penarik minat masyarakat untuk pergi ke Labuan Bajo sekaligus mengenalkan berbagai wahana wisata yang belum diketahui oleh wisatawan lokal.

## **5.2. Saran**

Dalam merancang sebuah media promosi sangat disarankan untuk mengenal terlebih dahulu target sasaran dari jasa pariwisata yang akan dipromosikan agar lebih memahami kebutuhan dari masing masing individual. Penentuan Target demografis, geografis dan juga psikografis akan sangat berguna agar visualisasi dan pengumpulan konten memiliki batasan yang jelas dan konsistensi dari penelitian yang ada. Setelah demografi sudah didapatkan, hal yang perlu diperhatikan adalah media yang akan dibuat karena media akan semakin berubah kedepannya dan diharuskan mengenal kebutuhan media yang efektif dan praktis

untuk digunakan maka dari itu penulis disarankan dapat membayangkan jika dirinya berada di posisi target dan itu cukup mempermudah mengetahui apa yang dibutuhkan.

Setelah menentukan akan merancang media promosi berupa iklan *motion graphic interactive*, baiknya untuk melakukan riset dari bentuk cerita serta plot plot yang dimiliki oleh bentuk iklan lainnya di internet karena penentu untuk membuat masyarakat tertarik pada perancangan adalah cerita yang bagus. Kemudian riset mengenai pergerakan dan bentuk *motion graphic* yang sedang tren dan menyesuaikan dengan target pasar. Kemudian harus diperhatikan juga mengenai *voice over* dan animasi karena untuk pembuatan aspek ini diperlukan keselarasan agar audiens yang menonton tidak dibingungkan antara narasi dan animasi yang berbeda ataupun beda konten. Untuk masalah interaktivitas dalam pembuatan video, penulis menyarankan *website* bernama “EKO” yang dapat digunakan secara gratis dan tidak adanya batasan dalam pembuatan tahapan interaktivitas. Sayangnya interaktivitas pada *website* ini hanyalah pencetan untuk melanjutkan *scene* tanpa adanya unsur penting lain seperti *hotspot* dan aspek interaktif lainnya. Jika peneliti memiliki modal, *website* dan aplikasi video interaktivitas dapat dibeli dengan kualitas interaktif yang lebih banyak dan bagus seperti pemasangan *hotspot* dan pencetan lainnya.

Untuk promosi pada Labuan Bajo, akan lebih baik jika pembuatan strategi promosi wisata harus dikelompokkan dari wisata yang terkenal hingga yang belum terkenal tetapi tetap memiliki keunikan dan hal tersebut dapat dicapai dengan melakukan penelitian lebih mendalam dengan bantuan *Travel guide* yang ada maupun orang lokal Labuan Bajo agar peneliti tidak terlalu *overwhelming* dengan banyaknya tempat wisata yang ada.