

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Simpulan

Desa Situluhur terletak di Kecamatan Gembong, Kabupaten Pati, Jawa Tengah. Desa Situluhur memiliki banyak wisata alam dibandingkan dengan desa sekitarnya. Wisata alamnya menyajikan keindahan dan masih terjaga oleh masyarakat sekitar. Terdapat 5 wisata alam di Desa Situluhur, seperti Agro Jollong, Waduk Gunung Rowo, Air Terjun Kebo Amuk, Bubaan *Hills*, dan Bukit Naga. Banyak aktivitas seru yang bisa dilakukan di Desa Situluhur, seperti berkemah, memancing, bersantai di pinggir waduk, memetik buah naga, memanen kopi, dan banyak aktivitas seru lainnya. Selain itu, warga setempat sangat ramah, dan dapat berperan sebagai *tour guide* yang dapat memandu wisatawan dalam mengetahui arah menuju objek wisata alam. Banyak warga yang mencari nafkah dengan menjadi *tour guide* maupun ojek yang mengantar wisatawan menuju objek wisata alam. Namun, dengan adanya pandemi Covid-19 beberapa tahun yang lalu mengakibatkan semua wisata alam yang ada sepi pengunjung dan warga setempat yang memiliki profesi terkait dengan wisata alam menjadi kehilangan pekerjaan dan hal ini berdampak pada turunnya perekonomian masyarakat desa, dimana sebelumnya tempat wisata alam yang ramai akan wisatawan menjadi salah satu sumber perekonomian masyarakat desa. Desa Situluhur sendiri pernah melakukan promosi melalui Instagram Dinas Pariwisata Kota Pati namun belum efektif karena Instagram Dinas Pariwisata Kota Pati mempromosikan semua desa dan hanya ada beberapa post yang mempromosikan Desa Situluhur. Desa ini sendiri juga belum memiliki media sosial pribadi serta website desa masih tergolong kosong karena beberapa informasi didalamnya masih bertuliskan lorem ipsum. Oleh karena itu penulis merancang media promosi untuk meningkatkan jumlah pengunjung ke Desa Situluhur untuk membantu perekonomian masyarakat sekitar

dan menambah kas desa untuk memperbaiki beberapa fasilitas wisata alam yang rusak akibat pandemi.

Pada perancangan kali ini, penulis menggunakan 5 fase menurut Robin Landa dalam bukunya *Graphic Design Solution*. Penulis melakukan perancangan diawali dengan mengumpulkan data dengan cara observasi, wawancara, kuesioner, dan studi eksisting. Berdasarkan data yang telah diperoleh, penulis dapat menentukan batasan masalah yaitu dewasa awal usia 20 – 30 tahun, SES B, memiliki pekerjaan sebagai karyawan maupun pelajar yang tinggal di Jawa Tengah, dengan psikografis merupakan pecinta wisata alam dan ingin menjelajahi tempat-tempat wisata alam baru yang belum pernah dikunjungi sebelumnya. Setelah mendapatkan data, penulis melakukan brainstorming dengan membuat sebuah mindmap, dan mendapatkan *keywords* berupa *nature*, *beauty*, dan *experience*. Dari *keywords* ini, didapat big idea berupa “*Exploration of Unspoiled Natural Beauty of Situluhur Village*”. Big Idea ini mengarahkan penulis dalam pembuatan konsep perancangan yang mengajak audiens untuk menjelajahi keindahan alam yang ada di Desa Situluhur. Untuk perancangan media promosi, didominasi oleh foto wisata alam di Desa Situluhur, dan beberapa foto hasil digital imaging, serta diberikan tipografi yang persuasif sehingga menarik perhatian audiens. Penulis menentukan media utama berupa *website*, dan didukung oleh media sekunder seperti poster, *banner*, tiket, Instagram *feeds*, dan *merchandise*. Dengan adanya media promosi yang telah dibuat diharapkan dapat meningkatkan jumlah pengunjung wisata alam Desa Situluhur.

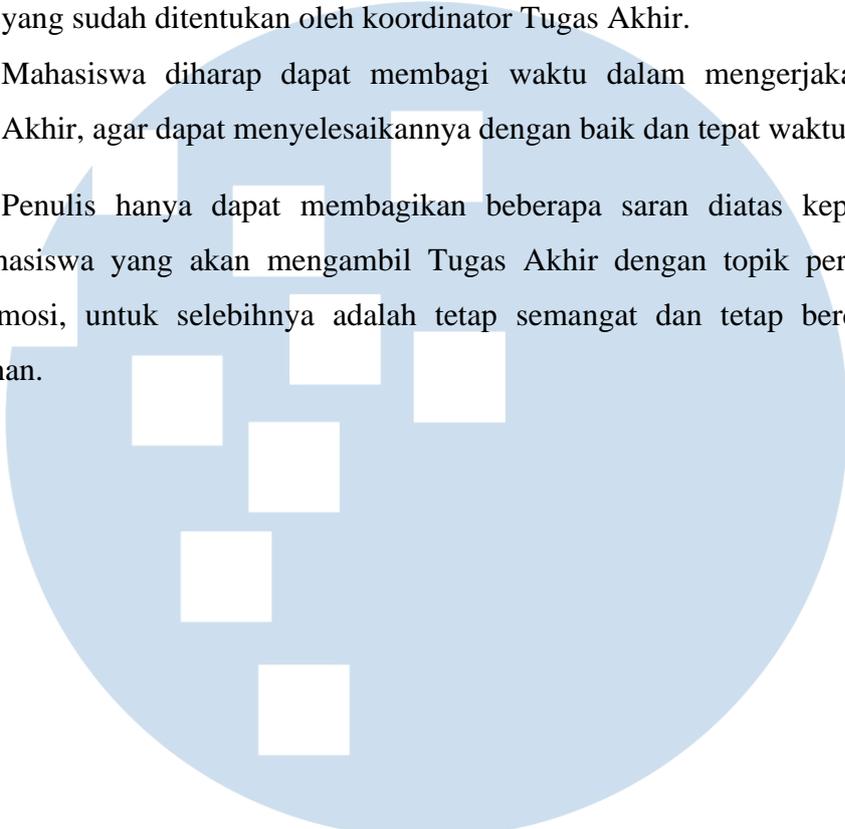
## 5.2 Saran

Penulis memiliki beberapa saran dalam menyelesaikan perancangan promosi dari awal hingga akhir adalah sebagai berikut:

1. Dalam memilih topik Tugas Akhir harus sesuai dengan minat dan keahlian yang dimiliki sehingga hal ini akan memudahkan dalam perancangan Tugas Akhir.
2. Dalam pengumpulan aset yang digunakan sebagai elemen desain harus berasal dari milik pribadi dan bukan milik orang lain.

3. Saat penyusunan laporan, ikuti tata cara dalam penulisan sesuai dengan yang sudah ditentukan oleh koordinator Tugas Akhir.
4. Mahasiswa diharap dapat membagi waktu dalam mengerjakan Tugas Akhir, agar dapat menyelesaikannya dengan baik dan tepat waktu.

Penulis hanya dapat membagikan beberapa saran diatas kepada para mahasiswa yang akan mengambil Tugas Akhir dengan topik perancangan promosi, untuk selebihnya adalah tetap semangat dan tetap berdoa pada Tuhan.



# UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA