

BAB V

PENUTUP

6.1. Kesimpulan

Sejak dibangunnya Tol Cipularang, perekonomian Kota Purwakarta di bidang pariwisata mulai terpengaruh karena para wisatawan yang berkunjung ke Bandung tidak lagi melalui jalur biasa yaitu jalur Purwakarta. Bupati Purwakarta pun akhirnya ingin menaikkan kembali sektor pariwisata di kotanya. Caranya adalah dengan memberikan suntikan dana pada beberapa daerah yang dianggap berpotensi. Salah satunya adalah Badega Gunung Parang. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, hingga saat ini pengunjung Badega Gunung Parang masih didominasi oleh wisatawan sekitar Purwakarta. Selain itu, media promosi yang dimiliki Badega Gunung Parang sejauh ini hanya berupa instagram dan brosur online yang dibagikan jika ada pengunjung yang datang untuk survey. Hal ini disayangkan karena Badega Gunung Parang memiliki keistimewaan yaitu adanya satu-satunya pendakian ferrata di Indonesia.

Di sisi lain, tidak semua orang menggemari wisata ekstrim. Terlebih lagi jenis wisata yang ditawarkan Purwakarta sendiri ada berbagai macam, mulai dari wisata budaya hingga wisata kuliner. Oleh karena itu penulis membuat suatu perancangan promosi Badega Gunung Parang ini sebagai wisata alternatif. Seluruh proses ini berlangsung bersamaan dengan revisi hingga menghasilkan desain yang kemudian diaplikasikan pada media promosi.



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.

6.2. Saran

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini ada berbagai kekurangan baik dalam riset maupun desain. Oleh karena itu penulis berharap bagi para desainer selanjutnya yang ingin mengambil promosi wisata untuk riset lebih dalam lagi. Bagi para wisatawan yang kemudian memutuskan untuk mencoba Badega Gunung Parang, penulis berharap agar dapat turut mempromosikan kepada keluarga terdekat tetapi sekaligus berpesan untuk menjaga kondisi alamnya. Bagi pengelola Badega Gunung Parang, penulis berharap agar pihak pengelola dapat lebih memanfaatkan media yang ada terutama yang berkaitan dengan target audiens yaitu anak muda.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA