

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Kawasan Rawa Pening merupakan sebuah kawasan wisata yang di dalamnya terdapat berbagai macam objek wisata yang bervariasi serta masing-masing memiliki keunikan/ ciri khas sendiri-sendiri dan didukung dengan eloknya pemandangan alam Rawa Pening dengan dikelilingi kawasan pegunungan, tentunya memberikan nilai lebih bagi kawasan ini. Objek-objek wisata yang berada di kawasan Rawa Pening kabupaten Semarang memiliki potensi yang sangat baik untuk dikembangkan karena terletak di kawasan strategis, berada di kawasan segitiga emas serta diapit oleh dua jalur besar jalan raya utama Yogyakarta-Magelang-Semarang dan Semarang-Salatiga-Solo, sehingga lokasinya dapat dengan mudah dijangkau. Objek wisata yang tersebar di kawasan Rawa Pening antara lain: Rawa Permai, Langen Tirto, Pemandian Muncul, Bukit Cinta/ Rawa Pening, Museum Kereta Api dan Monumen Palagan.

Potensi yang ada sayangnya kurang didukung dengan sistem pengelolaan yang optimal, terbukti dengan kurang mendapatkannya dukungan media promosi yang sesuai, sehingga semua keunggulan dan keistimewaan yang ada belum diketahui oleh masyarakat luas. Oleh karena itu sangat diperlukan adanya kegiatan promosi yang berkesinambungan untuk menyebarluaskan informasi mengenai keberadaan objek wisata di kawasan Rawa Pening. Dengan informasi yang menarik dan komunikatif akan mempermudah penyampaian kepada khalayak tentang layanan dan fasilitas yang bisa didapatkan di objek-objek wisata, sehingga mampu meningkatkan presentase jumlah pengunjung.

Dalam perancangan ini aspek promosi utama yang digunakan adalah aspek periklanan yang diharapkan dapat meningkatkan kesadaran (*awareness*). Kegiatan periklanan penting dilakukan sebagai usaha untuk mengingatkan kembali (*reminding*) terhadap tempat wisata yang ditawarkan.

Pada perancangan komunikasi visual ini tema pokok yang diangkat adalah memperkenalkan kawasan Rawa Pening sebagai suatu kawasan wisata keluarga yang lengkap, unik dan bervariasi didukung dengan suasana alam pegunungan yang sejuk dan nyaman. Tema ini akan diterapkan dalam semua disain baik secara verbal maupun visual. Keberadaan media yang dipilih dalam pelaksanaan komunikasi visual perlu diberi sentuhan yang memiliki kesatuan atau keseragaman antara media satu dengan yang lain. Hal ini perlu agar semua program komunikasi visual dari kawasan Rawa Pening ini lebih mudah tertanam dan membentuk identitas tersendiri dalam benak khalayak sasaran. Secara garis besar keseragaman terletak dari unsur-unsur pemilihan warna, ilustrasi dan tipografi. Dengan karakter objek wisata dan khalayak sasaran yang ingin dicapai, maka penggunaan media komunikasi visual lebih diarahkan pada media lini atas dengan tidak mengesampingkan potensi yang dimiliki media lini bawah. Media lini atas dan media lini bawah yang dipilih dalam perancangan ini adalah iklan surat kabar, iklan majalah, *Billboard*, papan petunjuk arah, peta, spanduk, umbul-umbul, poster, folder, *flyer*, tiket kartu pos, amplop, stiker, kalender duduk, *T-shirt* dan pin.

B. SARAN

Untuk menjadikan suatu kawasan wisata menjadi daerah tujuan wisata terkenal perlu diupayakan penanaman *image* yang baik dan tepat di masyarakat melalui wahana promosi dengan penyebaran informasi lebih luas serta penataan, pengembangan dan pelestarian yang terencana dan sistematis. Berbagai media promosi diharapkan mampu menjangkau tujuan perancangan yang diinginkan.

Agar promosi paket wisata kabupaten Semarang di sekitar kawasan Rawa Pening ini dapat terlaksana dengan baik, maka diperlukan sebuah bentuk sosialisasi agar informasi ini dapat diterima secara meluas oleh *audience* dan melakukan kerjasama yang baik dengan pihak-pihak terkait.

Selain faktor promosi, perawatan objek wisata di kawasan Rawa Pening juga harus dioptimalkan agar para pengunjung merasa puas dengan

pelayanan dan penyediaan fasilitas yang ada. Contohnya pada Rawa Permai dan Bukit Cinta kurang memperhatikan faktor kebersihan. Tanpa adanya keseimbangan perawatan yang optimal, maka secara otomatis akan berdampak kekecewaan para pengunjung terhadap objek wisata karena tidak sesuai dengan promosi yang disuguhkan. Kontinuitas menjadi sangat penting untuk tetap menjaga kesetiaan para pengunjung agar tetap mengunjungi objek-objek wisata yang tersebar di kawasan Rawa Pening.



DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, Maya, *Seluk Beluk Reklame Dalam Dunia Perdagangan*, Jakarta: Mutiara, 1978
- Assauri, Sofjan, *Manajemen Pemasaran, Dasar Konsep dan Strategi*, Jakarta: Rajawali Pers, 1987
- Ayoeti, Oka, *Pemasaran Pariwisata*, Bandung: Angkasa, 1980
- Jefkins, Frank, *Periklanan*, Jakarta: Erlangga, 1996
- Junus, Umar, *Mitos dan Komunikasi, Seri Esni no. 2*, Jakarta: Sinar Harapan, 1981
- Kasali, Rhenald, *Manajemen Periklanan, Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*, Jakarta: Grafiti, 1993
- Kotler, Philip, *Analisis Perencanaan dan Pengendalian, Jilid 1, Edisi Empat*, Jakarta: Air Langga, 1982
- , *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan dan Pengendalian, Edisi kelima*, Jakarta: Erlangga, 1992
- Kotler & Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 2, Edisi Kedelapan*, Jakarta: Erlangga, 2001
- Kotler, Philip & Gary Armstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran, Jilid 2, Edisi Keenam*, Jakarta: Intermedia, 1996
- Noviani, Ratna, *Jalan Tengah Memahami Iklan. Antara Realitas, Representasi dan Simulasi*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2002
- Peursen, C. A. Van, *Strategi Kebudayaan*, Yogyakarta: Kanisius, 1988
- Rangkuti, Freddy, *Creating Effective Marketing Plan. Teknik membuat perencanaan pemasaran berdasarkan customer values dan analisa kasus*, Jakarta : PT Gramedi Utama, 2002
- R. G. Soekadijo, *Anatomi Pariwisata*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1997
- Sanyoto, Sadjiman Ebd, *Dasar-Dasar Tata Rupa dan Disain*, Yogyakarta: Arti Bumi Intaran, 2005

- _____, *Metode Perancangan Komunikasi Visual Periklanan*, Yogyakarta: Dimensi Press, 2006
- Sihombing, Danton, *Tipografi Dalam Disain Grafis*, ed. Wagiono Sunarto, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001
- Spillane, James J., *Ekonomi Pariwisata, Sejarah dan Prospeknya*, Yogyakarta: Kanisius, 1994
- Sudjendro, Hernowo, *Legenda Rawa Pening*, Semarang: Dinas Pendidikan Kabupaten Semarang, 2002
- Suhandang, Kustadi, *Periklanan: Manajemen, Kiat dan Strategi*, Bandung: Nuansa, 2005
- Swastha DH, Basu. dan Irawan, *Menejemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty, 1990
- Swasta DH, Basu & T Hani Handoko, *Menejemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: Liberty, 1987

Observasi

- 1). Di Rawa Permai wawancara dengan Bapak Sarmani.
- 2). Di Langen Tirta Muncul wawancara dengan Bapak Agus.
- 3). Di Pemandian Muncul wawancara dengan Bapak Sukirman dan Bapak Muslih.
- 4). Di Bukit Cinta/ Rawa Pening wawancara dengan Bapak Wardi.
- 5). Di Museum Kereta Api wawancara dengan Bapak Suhardjono.
- 6). Di Monumen Palagan wawancara dengan Bapak Supeno.
- 7). Di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Semarang wawancara dengan Bapak Wahyu.

Pertautan

<http://media-ide.bajingloncat.com>

<http://www2.kompas.com>

<http://www.semarang.go.id/html>

http://www.wikipedia.org/wiki/Kabupaten_Semarang

<http://www.wisata-ungaran.com>

www.jawatengah.go.id

www.pariwisata.semarang.go.id

