

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Kabupaten Kulon Progo merupakan suatu daerah yang memiliki daya tarik wisata yang beragam jenisnya. Dari bermacam-macam jenis tersebut yang mendominasi, cukup terkelola dan bisa diandalkan adalah potensi wisata alam. Disamping itu juga terdapat wisata sejarah, wisata ziarah dan religi, wisata pendidikan, desa wisata, seni tradisi dan upacara adat sebagai penunjang pariwisata inti, yaitu wisata alam. Sebagian dari potensi wisata tersebut masih dalam tahap pengembangan, dan juga masih terbuka peluang untuk munculnya obyek wisata baru lainnya mengingat banyaknya potensi wisata yang ada.

Disayangkan sekali bahwa potensi wisata tersebut kurang diketahui oleh khalayak, dikarenakan minimnya informasi. Pemanfaatan wahana promosi yang telah dilakukan belum optimal, hal ini bisa dilihat dari sedikitnya media promosi yang dibuat. Padahal dengan informasi yang jelas sangat dimungkinkan untuk mendongkrak kunjungan wisata tiap periodenya, baik wisatawan domestik maupun wisatawan asing.

Dalam perancangan promosi ini aspek yang ditekankan adalah aspek periklanan yang diharapkan dapat meningkatkan *awareness* (kesadaran) khalayak terhadap produk yang ditawarkan. Promosi yang dilakukan secara berkesinambungan dan tidak melupakan unsur penting lainnya (frekuensi, jangkauan dan perilaku target audience) penting dilakukan sebagai usaha untuk minimal mengingatkan (*reminding*) dan diharapkan bisa menarik khalayak untuk berkunjung.

Tema pokok yang diambil dalam perancangan ini adalah Kabupaten Kulon Progo sebagai tempat wisata alam, tetapi bukan berarti melupakan unsur pariwisata yang lainnya. Karena ketika membicarakan wisata Kulon Progo, unsur satu dengan lainnya saling berkaitan, sehingga tidak bisa dipisahkan.

B. Saran

Agar potensi wisata Kabupaten Kulon Progo dikenal dan dikunjungi oleh khalayak, maka diperlukan optimalisasi wahana promosi yang ada, disamping pengelolaan dan pengembangan sarana prasarana. Antara lain adalah dengan menjaga kebersihan obyek wisata, fasilitas umum yang memadai, perbaikan jalan menuju obyek wisata, maupun dengan menyuguhkan atraksi wisata secara rutin. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kulon Progo sebagai pemegang kebijakan pariwisata selain melakukan pengembangan obyek wisata, diharapkan juga tidak memandang arti promosi dengan sebelah mata.

DAFTAR PUSTAKA

A. Pustaka

BAPPEDA Daerah Tingkat II Kulon Progo, Balai Kajian Sejarah dan Nilai Tradisional, *Peranan Sejarah dan Budaya Dalam Mendukung Pengembangan Obyek Wisata Budaya di Daerah Kabupaten Kulon Progo*, Yogyakarta, 1997/1998.

Jefkins, Frank, *Periklanan* (Edisi 3), Erlangga, Jakarta, 1996.

Kasali, Rhenald, *Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*, Pustaka Utama Grafiti, Jakarta, 1993.

P dan K, Departemen, *Tata Letak dan Perwajahan*, Pusat Grafika Indonesia, Jakarta, 1979.

Sammeng, Andi Mappi, *Cakrawala Pariwisata*, Balai Pustaka, Jakarta, 2001.

Tim Penulis Program Studi FSR ISI Yogyakarta dan Studio Diskom, *Irama Visual : Dari toekang reklame sampai komunikator visual*, Jalasutra, Yogyakarta, 2007.

Tinarbuko, Sumbo, *Semiotika Komunikasi Visual*, Jalasutra, Yogyakarta, 2008.

Yoeti, Oka A., *Anatomi Pariwisata*, Angkasa, Bandung, 1996.

B. Website

www.kr.co.id

www.kulonprogo.go.id

www.logoresource.com