

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kabupaten Banyumas banyak mempunyai potensi wisata yang indah dan menarik. Sebagian besar potensi wisata yang ada di Kabupaten Banyumas masih dalam pengembangan. Pembangunan kepariwisataan pada hakekatnya merupakan upaya untuk mengembangkan dan memanfaatkan obyek dan daya tarik wisata yang terwujud antara lain dalam bentuk kekayaan alam yang indah, keanekaragaman flora dan fauna, kemajemukan tradisi, seni budaya, serta peninggalan sejarah dan purbakala.

Pada dasarnya wisatawan atau pengunjung kurang mendapatkan informasi yang jelas dan tepat tentang keistimewaan dan fasilitas yang ada di kawasan wisata Banyumas. Dengan informasi yang mendukung dan media informasi yang sedemikian menarik dan komunikatif jelas akan mendorong wisatawan untuk berkunjung. Sehingga mempermudah penyampaian informasi kepada khalayak tentang layanan dan fasilitas yang didapatkan di tempat wisata tersebut.

Dengan meningkatkan promosi terhadap keberadaan obyek-obyek wisata di Banyumas, akan dapat memberikan tambahan nuansa lain tempat wisata alternatif. Untuk itu dibutuhkan media promosi utama dan media penunjang yang efektif. Sebagai pendukungnya dengan memilih fasilitas untuk mempermudah pengaplikasian media, dibutuhkan media komunikasi yang efisien dan komunikatif supaya akses informasi tentang obyek-obyek wisata di Banyumas

bisa didapatkan dengan mudah oleh wisatawan. Semua media tersebut akan difungsikan secara efektif untuk menginformasikan perubahan-perubahan dan perkembangan secara lengkap sesuai dengan selera wisatawan.

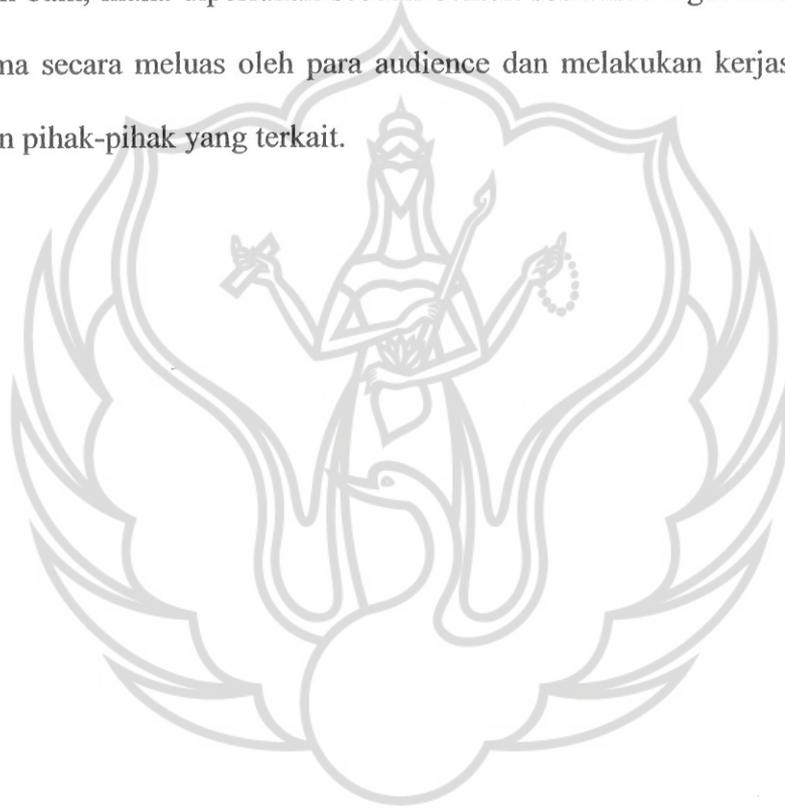
Dalam perancangan ini aspek promosi yang digunakan terutama adalah aspek periklanan yang diharapkan dapat meningkatkan kesadaran (*awareness*). Periklanan penting dilakukan sebagai usaha untuk mengingatkan kembali (*reminding*) terhadap tempat wisata yang ditawarkan. Pada perancangan komunikasi visual ini tema pokok yang diangkat adalah memperkenalkan potensi-potensi wisata di Banyumas sebagai tempat wisata keluarga yang nyaman, wisata sejarah dan wisata olahraga alam. Tema ini akan diterapkan dalam semua desain baik verbal maupun visual. Secara garis besar keseragaman terletak dari unsur-unsur pemilihan warna, ilustrasi dan tipografi sehingga program komunikasi visual kampanye periklanan obyek wisata di Banyumas diharapkan dapat menanamkan citra dan membentuk *awareness* tersendiri dalam benak konsumen melalui media lini atas seperti billboard, surat kabar, majalah, CD interaktif, standing banner, umbul-umbul dan didukung media lini bawah seperti folder, poster, kartu pos, kalender, *t-shirt*, stiker, pin, mug dan payung.

B. Saran

Untuk memanfaatkan potensi wisata di Banyumas dan memperkenalkannya di luar kawasan tersebut diperlukan upaya pengenalan dari masyarakat Banyumas sendiri, yang nantinya dapat mendukung promosi itu dengan baik dan efektif. Untuk mendukung upaya tersebut maka sangatlah perlu

mengoptimalkan wahana promosi yang ada. Oleh sebab itu diperlukan media yang tepat bagi *target audience* untuk lebih mengenal dan mendapatkan informasi yang lengkap dan jelas. Berbagai media promosi yang dibuat diharapkan dapat menjangkau tujuan perancangan yang diinginkan.

Agar Promosi obyek-obyek wisata di Banyumas ini dapat terlaksana dengan baik, maka diperlukan sebuah bentuk sosialisasi agar informasi ini dapat diterima secara meluas oleh para *audience* dan melakukan kerjasama yang baik dengan pihak-pihak yang terkait.



DAFTAR PUSTAKA

Agus S Madjadikara, *Bagaimana Biro Iklan Memproduksi Iklan*, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2005.

Frank Jefkins, *Periklanan*, Erlangga, Jakarta, 1996.

Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Penerbit Andi, Yogyakarta, 1997

Rendra Widyatama, *Pengantar Periklanan*, Pustaka Book Publisher, Yogyakarta, 2007.

Nuradi dkk., *Kamus Istilah Periklanan Indonesia*, Matari Advertising dan Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 1996.

Philip Kotler, *Dasar-dasar Pemasaran Jilid 2*, Prenhallindo, Jakarta, 1996.

Sadjiman Ebdy Sanyoto Drs., *Metode Perancangan Komunikasi Visual Periklanan*, Dimensi Press, Yogyakarta, 2006.

Wilham Wells, John Burnet, Sandra Mority, *Adv Principle & Practic*, Prentice hall Inc, New Jersey, 1995.

R.D. Soemanegara, *Strategic Marketing Communication* “Konsep Strategis dan Terapan”, Bandung, Penerbit AlfaBeta, 2006.

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Banyumas, *The Right Place for Your Holiday*, 2005.