

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

“Jeron Beteng Heritage Trail” adalah sebuah paket perjalanan wisata untuk menelusuri warisan budaya di Kawasan Jeron Beteng dengan sasaran wisatawan asing yang sedang berada di DIY dan sekitarnya. Untuk itu diperlukan kegiatan promosi yang dapat menjangkau sekurang-kurangnya 60% dari target audience yang telah ditentukan.

Pada perancangan komunikasi visual ini tema pokok yang diangkat adalah memperkenalkan kawasan warisan budaya *“Jeron Beteng”*; istilah yang selama ini jarang diperdengarkan ke telinga wisatawan asing; melalui slogan *“Jeron Beteng, The Unforgettable Ancient Jogja”*.

Pesan yang disampaikan adalah *“exploring Jeron Beteng”*, yang berarti menjelajahi Jeron Beteng, yang merupakan pendekatan ke jiwa petualang para turis mancanegara yang gemar mencari hal baru. Pesan ini akan diterima audience sebagai pola informasi deskriptif yang secara halus mengajak wisatawan untuk berkunjung.

Dengan adanya bentuk komunikasi visual pendukung promosi *“Jeron Beteng Heritage Trail”* ini istilah *Jeron Beteng* akan dikenal luas terutama oleh wisatawan asing dan masyarakat pada umumnya. Selain itu, proyek komunikasi visual pendukung promosi *“Jeron Beteng Heritage Trail”* akan memberikan keuntungan ke berbagai pihak.

Bagi Pemerintah Daerah Yogyakarta kedatangan wisatawan asing ke Jeron Beteng secara langsung maupun tidak langsung akan menambah devisa negara. Sedangkan dampaknya terhadap masyarakat di kawasan Jeron Beteng adalah dengan kehadiran wisatawan akan menambah pemasukan keuangan atas keahlian mereka masing-masing seperti menjadi gaet, membuat & menjual batik, pertunjukan gamelan, membuat wayang, pertunjukan sendratari.

Bagi para wisatawan asing dengan adanya nama baru dalam pariwisata Indonesia khususnya di Yogyakarta akan membuat mereka penasaran dan jiwa bertualang mereka akan terangsang untuk menjelajahi obyek wisata baru ini. Dengan mengunjungi Jeron Beteng, wisatawan akan membawa pulang kesan, kenangan dan suvenir yang khas Jeron Beteng Jogja, yang kesemuanya merupakan keuntungan bagi wisatawan.

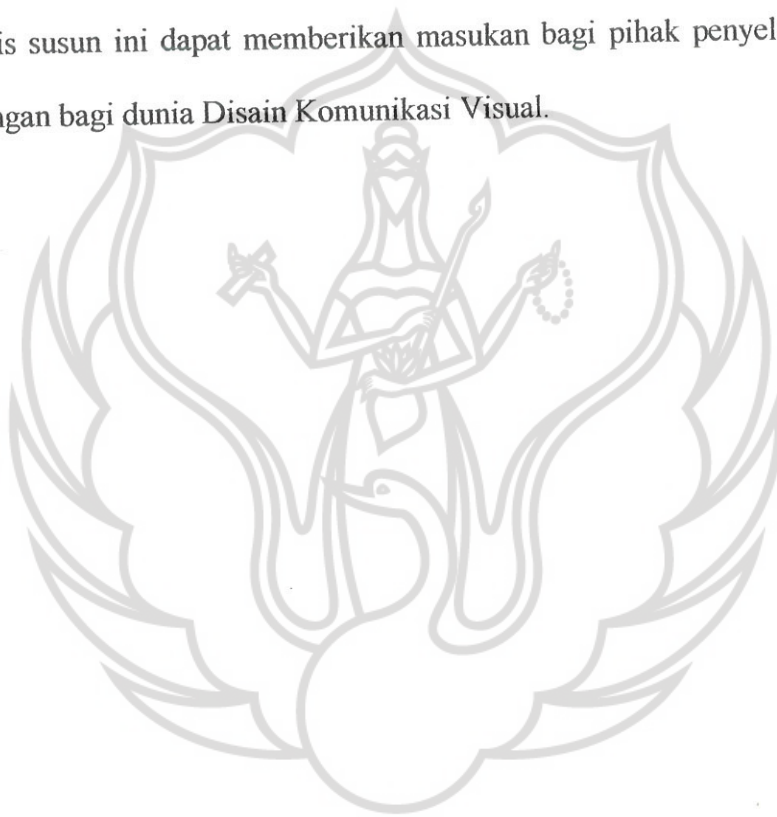
B. Saran

Sebagai satu kawasan pariwisata dengan istilah baru yang sedang dipasarkan, tentunya perlu kegiatan promosi yang lebih intens dan berkesinambungan. Semakin sering mempromosikan istilah ini tentunya akan menjadi reminder bagi wisatawan asing sehingga rasa ingin tahu akan membawa mereka ke lokasi pariwisata "*Jeron Beteng*".

Berangkat dari hal ini, tentunya akan mempengaruhi berbagai hal dan menguntungkan berbagai pihak seperti warga didalam dan sekitar Jeron Beteng, Pemerintah Daerah, pengelola, penyelenggara, pelaku bisnis, dan sebagainya.

Penulis menyadari sebagai sebuah bentuk pemecahan masalah khususnya dalam perancangan komunikasi visual tidak akan mencapai target 100% seiring dengan perubahan yang terjadi pada masyarakat, dengan kata lain permasalahan baru akan muncul.

Namun perancangan komunikasi visual “Jeron Beteng” ini adalah salah satu penawaran atau alternatif bagi pihak penyelenggara. Semoga apa yang telah penulis susun ini dapat memberikan masukan bagi pihak penyelenggara dan sumbangan bagi dunia Disain Komunikasi Visual.



DAFTAR PUSTAKA

Pustaka Literatur

- Basu Swasta, D.H, Drs., dan Drs. Irawan, M.B.A., *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta, Penerbit Liberty, 1983
- Ferbey, AD, *How to Produce Successful Advertising (Kiat Sukses Membuat Iklan)*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 1997
- Jewler, A. Jerome, *Creative in Adv.*, Wadsworth Publishing Co. Belmont, 1985
- Russel, J. Thomas, W. Ronald Lane, *Kleppner's Advertising Procedures*, thirteenth edition, Prentice Hall Inc., New Jersey, 1996
- Steinmetz and Nahrstedz, *Multimedia Reference*, Penerbit Elex Media Computindo, 1999
- Suharto, Frans, *Perencanaan Media Periklanan*, Lembaga Pengkajian Komunikasi Pemasaran
- Umar hadi, M., MS, *Metodologi Dalam Desain*, Ceramah Ilmiah Fakultas Seni Rupa ISI, Yogyakarta, 1994
- Weills, William, John Burnet, Sandra Moriarty, *Advertising Principels & practice*, Prentice Halls International, New Jersey, 1995

Artikel lepas

- *-----, Yogyakarta Heritage Society, *Artikel Selamatkan Pusaka Budaya Jogja!*, 2001
- *-----, Yogyakarta Heritage Society, *Peta Panduan Edisi Terbatas Telusuri Pusaka Jogja Jeron Beteng*, Juli 2002
- *-----, Yogyakarta Heritage Society, *Jeron Beteng Green Map*, 2002
- *-----, Yogyakarta Heritage Society, *Yogyakarta direktori*, 2001

Pustaka Foto & Ilustrasi

- Pepin Van Roojen Productions, *Batik Design*, The Pepin Press, Amsterdam, 1993

*-----, Jogja Heritage Society, peta panduan edisi terbatas telusuri pusaka jogja jeron beteng, juli 2002

*-----, Buletin Warta Kampung, *Melihat Kraton (Njeron Beteng) Dari Pinggiran*, Edisi No. 5/ Mei-Juni 2001

*-----, Jogja Heritage Society, Data foto, 2000-2001

www.gudeg.net

Koleksi Pribadi

