

BAB V

PENUTUP

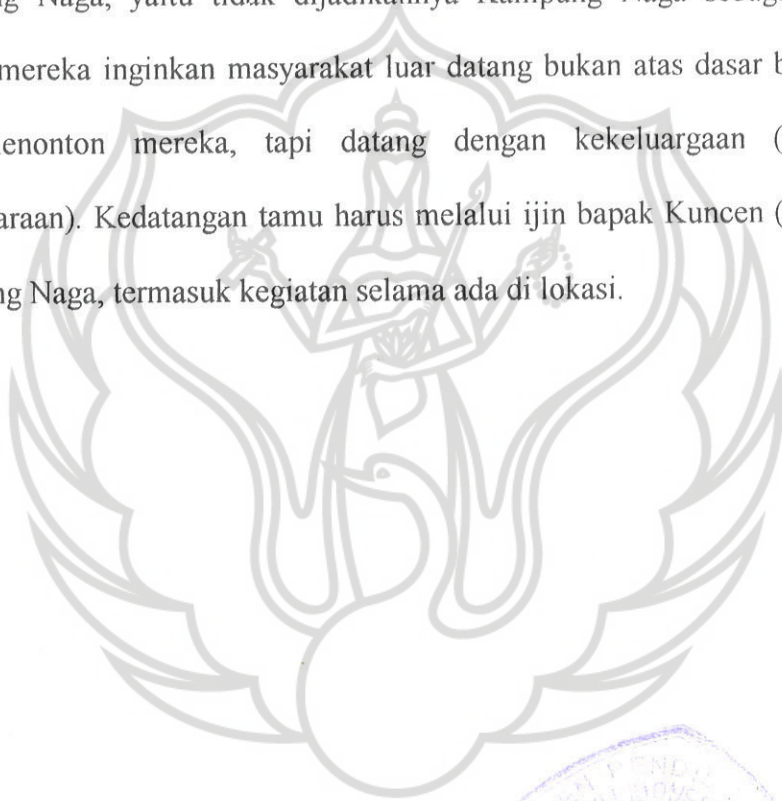
a. Kesimpulan

Keberadaan Kampung Naga sebagai masyarakat yang berpegang teguh terhadap budaya tradisional, sangat perlu kita jaga keberadaannya, Kampung Naga merupakan keanekaragaman budaya nasional, budaya tradisional mendidik kita akan tatakrama, sopan santun, gotong royong, kerukunan, persatuan, hormat menghormati, dan saling menghargai sesama manusia. Dengan adanya Kampanye Pelestarian Budaya Tradisional (Kampung Naga) melalui berbagai media diharapkan khalayak sasaran bertindak sesuai dengan tujuan periklanan, yaitu tujuan utamanya menanamkan atau menyadarkan kepada para pengambil kebijakan khususnya, juga masyarakat umum tentang pentingnya budaya daerah yang harus kita pelihara dan dijaga keutuhannya. Tujuan kedua memberitahu pengunjung supaya datang dengan sikap dan etika yang baik, tidak mengganggu dan merusak. Sekaligus menginformasikan keunikan /keberadaan Kampung Naga secara detail kepada masyarakat, ini merupakan budaya daerah kita (budaya bangsa), kita harus saling menghargai, menjaga dan memeliharanya.

Semoga dengan upaya ini keberadaan Kampung Naga, walaupun banyak di kunjungi masyarakat luar, tetap tentram dan damai selamanya dan mereka tetap bahagia.

b. Saran

Pihak pemerintah daerah diharapkan menuruti keinginan masyarakat Kampung Naga, yaitu tidak dijadikannya Kampung Naga sebagai obyek wisata, mereka inginkan masyarakat luar datang bukan atas dasar berwisata atau menonton mereka, tapi datang dengan kekeluargaan (menjalin persaudaraan). Kedatangan tamu harus melalui ijin bapak Kuncen (sesepuh) Kampung Naga, termasuk kegiatan selama ada di lokasi.



DAFTAR PUSTAKA

Arsip sejarah tentang Budaya Kampung Naga, Dinas Pariwisata Kab. Tasikmalaya Jawa Barat Th. 2001.

Frans Suharto., *Perumusan Tujuan Strategi Periklanan dan Media, Simposium dan Lokasi Karya Periklanan*. UGM-PPPI, Yogyakarta 09-12.00 WIB Sep 1987.

Hardjoprawiro Kunardi., 1984 / *Pelestarian Bahasa dan Kebudayaan Daerah Dalam Masyarakat Indonesia yang Majemuk*, (Analisis Kebudayaan No.2 Th. 1983/1984).

Hahn Fred E. dan Mangun Kenneth G., *Do it your self Advertising & Promotion/ Beriklan dan Berpromosi Sendiri*, edisi ke dua, Penerbit Grasindo, Jakarta, 1999.

Jefkins Frank, *Periklanan* jilid 3 (edisi terjemahan), Penerbit Erlangga, Jakarta, 1994.

Kasali Rhenald., *Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*, cetakan ke dua, Jakarta : Pustaka Utama Grafiti, 1992.

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

Rickyanto Isak., *Macromedia Dreamweaver 4* (singkat tepat jelas), Penerbit Elex Media Komputindo, Jakarta, 2001.

SURAT KABAR

Berkunjung ke Kampung Naga diperketat, Harian Umum Pikiran Rakyat. Edisi 6 Februari 2002.