

BAB V

PENUTUP

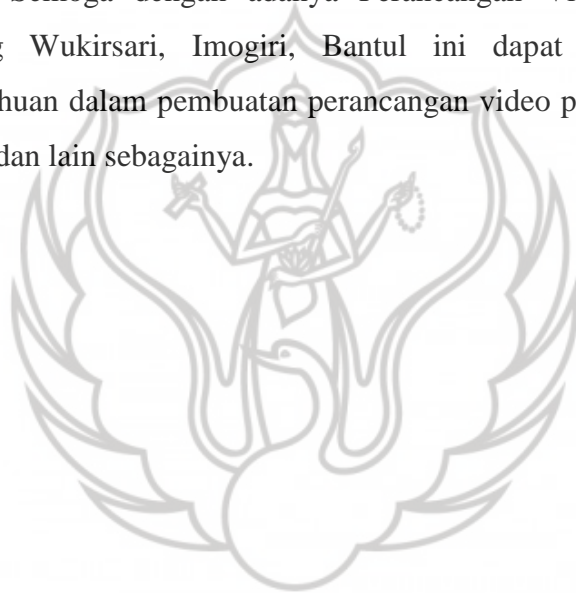
A. Kesimpulan

Wisata Wayang yang merupakan *brand* dari para pengrajin wayang kulit di Desa Pucung ini memiliki banyak potensi untuk dapat dikunjungi oleh banyak wisatawan. Dengan adanya paket-paket wisata yang sudah disediakan oleh pengelola Wisata Wayang membuktikan bahwa Wisata Wayang sudah siap dan mampu menyambut wisatawan yang datang dengan baik. Keistimewaan yang dimiliki oleh Wisata Wayang yang tidak dimiliki oleh tempat lain yaitu Wisata Wayang menawarkan pembelajaran pembuatan wayang kulit mulai dari penatahan (pembuatan) sampai dengan penyunggingan (pewarnaan) yang dapat dilakukan oleh wisatawan sendiri tentunya didampingi oleh pengrajin wayang kulit yang masih muda dan ramah, sehingga dalam pembelajarannya memberikan liburan yang menyenangkan sekaligus mendapatkan ilmu.

Beragam promosi telah dilakukan oleh para pengelola di Wisata Wayang, namun dirasa kurang maksimal. Untuk itu perlu dilakukan promosi yang lebih mengkomunikasikan Wisata Wayang ke masyarakat luas. Video Promosi melalui media sosial dipilih karena menurut hasil survei yang telah dilakukan, masyarakat pada era modern kini cenderung menggunakan media sosial dalam memperoleh informasi, selain itu video dianggap sebagai media yang efektif dalam penyampaiannya ke *audience*. Dengan penggunaan media berupa gambar gerak (video) dan suara (audio) diharapkan mampu mempromosikan dan menguatkan Wisata Wayang sebagai wisata yang mengajarkan kebudayaan wayang kulit secara menyenangkan. Sehingga target *audience* pada akhirnya dapat menjadikan Wisata Wayang sebagai salah satu objek wisata yang akan dikunjunginya atau hanya sekedar membeli kerajinan yang ada di sana sehingga akan meningkatkan kegiatan ekonomi pada masyarakat di Wisata Wayang.

B. Saran

Perancangan Video Promosi Wisata Wayang Wukirsari, Imogiri, Bantul ini bisa dikatakan masih jauh dari kata sempurna mengingat keterbatasan pengetahuan dalam pengeditan dan alat yang dipakai sehingga kualitas gambar masih kurang baik, selain itu alur cerita dan lagu dalam pembuatan dirasa masih monoton sehingga akan membuat *audience* merasa bosan. Untuk itu diharapkan perancangan yang akan dilakukan selanjutnya dapat disempurnakan kembali dengan memperhatikan dalam pengeditan, alat yang dipakai, cuaca, alur cerita, dan *soundtrack* yang dipilih. Semoga dengan adanya Perancangan Video Promosi Wisata Wayang Wukirsari, Imogiri, Bantul ini dapat memberikan sedikit pengetahuan dalam pembuatan perancangan video promosi terhadap Desa Wisata dan lain sebagainya.



DAFTAR PUSTAKA

Literatur Buku :

- A, Yoeti, Oka. (1996). Pengantar Ilmu Pariwisata Edisi Revisi. Bandung :
Angkasa
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bantul (2014). *Bantul Soul of Jiwa
Roh Java*. Yogyakarta: Bidang PK Budpar Bantul 2014.
- Karyono, Hari. (1997). *Kepariwisataan*. Jakarta: PT Grasindo.
- Miyanto. 2008. *Membuat Wayang Kulit*. Yogyakarta : CV. Empat Pilar
Pendidikan.
- Moh. Nazir. (1998). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- As, Adi, Muhammad. (2009). *Cara Pintar Promosi Murah dan Efektif*.
Yogyakarta : Gerailmu.
- Nuryanti, Wiendu. (1993). *Desa Wisata Dan Lingkungannya*. Jakarta : Gramedia.
- Purnama, Bambang Eka. (2013). *Konsep Dasar Multimedia*. Yogyakarta: Graha
Ilmu.
- Winardi. (1992). *Promosi dan Reklame*. Bandung: Mandar Maju.
- ### Tautan Web :
- Bantul, Kabupaten. “Sistem Informasi Wisata dan Kuliner Kabupaten Bantul”. 2
Oktober 2016. <http://potensiwisata.bantulkab.go.id>
- Fadhilah, Toufiq. “Analisis Kebutuhan Produksi Film Proses Pra Produksi,
Produksi, dan Pasca Produksi”. 2 Oktober 2016. [http://fadhilah-
ms3.blogspot.com/2016/09/analisis-kebutuhan-produksi-filmproses.html](http://fadhilah-
ms3.blogspot.com/2016/09/analisis-kebutuhan-produksi-filmproses.html)
- Pratomo, David. “Pentingnya TTL atau Through The Line dalam bisnis
kita”. 14 Juni 2017. [http://www.Ojekjogja24.blogspot.co.id/2015/12/
pentingnya-ttl-atau-through-line-dalam.html](http://www.Ojekjogja24.blogspot.co.id/2015/12/
pentingnya-ttl-atau-through-line-dalam.html)
- Wayang, Wisata. “Profil”. 1 Oktober 2016. [http://www.wisatawayang.com/pages
/index/6/About-Us](http://www.wisatawayang.com/pages
/index/6/About-Us)