

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kabupaten Batang memiliki banyak tempat wisata yang potensial. Beberapa tempat wisata unggulan di Kabupaten Batang adalah destinasi wisata Empat Si yang terdiri dari Sikembang, Silurah, Sikuping, dan Sigandu. Masing-masing dari empat wisata tersebut mewakili identitas dari Kabupaten Batang; Sikembang mewakili kehutanan, Silurah mewakili budaya, Sigandu mewakili pantai dan Sikuping mewakili kepariwisataan. Dari potensi tersebut, maka dibutuhkan promosi yang efektif dalam memaksimalkan pemanfaatan potensi yang ada dengan cara menggunakan media promosi yang dekat dengan target *audience*. Untuk mencapai tujuan tersebut, maka digunakan beberapa media promosi yaitu *merchandise* dan media AR yang terkoneksi dengan media sosial Instagram dan Facebook.

Dari tahapan Perancangan Ilustrasi *Merchandise* sebagai Media Promosi Wisata Kabupaten Batang, hal pertama yang dilakukan adalah proses pencarian data yang didapatkan dari hasil wawancara pihak Dinas Pariwisata Kabupaten Batang dan data yang ada pada *website* pariwisata.batangkab.go.id. Setelah itu, dilakukan proses analisis data objek serta target audience dengan menggunakan metode *Strength, Weakness, Opportunities, Threats* (SWOT). Pencarian dan analisis data tersebut bertujuan untuk mengetahui potensi, minat pasar dan peluang dari keempat tempat wisata di Kabupaten Batang yang bisa dimanfaatkan sehingga dapat dihasilkan perancangan proses promosi yang tepat sasaran.

Dari data yang didapat, dilakukan proses perancangan ilustrasi berupa *icon* yang mewakili setiap destinasi wisata Empat Si. Kemudian *icon* tersebut digabungkan dengan elemen visual khas Kabupaten Batang yang berupa corak batik Jamblang Papat dan Ombak Banyu, serta warna hijau-kuning yang banyak digunakan sebagai visual pemerintahan Kabupaten Batang. Ilustrasi ini kemudian diaplikasikan kedalam media *merchandise*.

Selain itu, ilustrasi ini juga diaplikasikan kedalam fitur *Augmented Reality* yang dapat diakses melalui filter media sosial Instagram dan Facebook. Perancangan ini diharapkan dapat membantu mempromosikan tempat-tempat wisata di Kabupaten Batang dan meningkatkan perekonomian sektor pariwisata di Kabupaten Batang.

B. Saran

Dari Perancangan Ilustrasi *Merchandise* Sebagai Media Promosi Wisata Kabupaten ini diharapkan:

1. Bagi Akademisi

Dari proses perancangan ini diharapkan dapat menjadi refensi metode pembelajaran serta memberi pengetahuan bagi akademisi untuk membuat dan mengembangkan inovasi ilmu di bidang desain.

2. Bagi STRSD VISI

Dari proses perancangan ini diharapkan dapat menjadi referensi baru dalam penulisan penelitian dengan objek utama yaitu perancangan ilustrasi merchandise sebagai media promosi wisata.

3. Bagi Masyarakat

Dari proses perancangan ini diharapkan dapat membantu mempromosikan tempat-tempat wisata di Kabupaten Batang dan meningkatkan perekonomian sektor pariwisata di Kabupaten Batang.