

## **BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **V.1 Kesimpulan**

Perancangan promosi objek wisata Pantai Alam Indah melalui media video merupakan upaya dalam penyelesaian atau pemecahan masalah yang terjadi dilapangan. Perancangan dilakukan melalui sebuah video sebagai bentuk promosi dengan menampilkan daya tarik yang dimiliki untuk memperkenalkan objek wisata Pantai Alam Indah kepada masyarakat luas terutama luar daerah kota Tegal yaitu kabupaten/kota lainnya yang berada di wilayah Provinsi Jawa Tengah (Banyumas, Purbalingga, Banjarnegara, Wonosobo, Temanggung, dan Magelang) dan dekat dengan Kota Tegal (Brebes dan Pemasang). Masalah yang dihadapi saat ini bagaimana meningkatkan jumlah pengunjung objek wisata Pantai Alam Indah terutama peningkatan pengunjung dari luar Kota Tegal (kota lainnya yang berada di wilayah Provinsi Jawa Tengah: Banyumas, Purbalingga, Banjarnegara, Wonosobo, Temanggung, dan Magelang) melalui Desain Komunikasi Visual. Dalam pendistribusian video promosi ini di *upload* melalui Youtube dan media pendukung seperti Instagram mengingat media sosial saat ini sangat mudah diakses oleh siapapun dibantu dengan media pendukung lainnya seperti poster, e-poster, brosur, x-banner dan *merchandise* berfungsi sebagai upaya dalam menarik perhatian masyarakat sehingga mempermudah dalam penyebaran promosi objek wisata Pantai Alam Indah kepada masyarakat luas.

### **V.2 Saran**

Perancangan promosi melalui video ini diharapkan dapat membantu pengelola dalam memperkenalkan objek wisata Pantai Alam Indah kepada masyarakat luas keberadaanya. Memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi untuk memperluas pemasaran. Terus melakukan pengembangan konten yang menarik baik dari segi visual maupun isi konten untuk menarik perhatian. Rutin membuat konten dengan tren masa kini untuk membuat penasaran audiens. Memberikan informasi yang bermanfaat untuk menumbuhkan kepercayaan. Diharapkan perancangan ini bermanfaat dan informasi yang diberikan dapat tersampaikan dengan baik kepada khalayak.