

BAB VI

PENUTUP

6.1. Kesimpulan

Kurang maksimalnya promosi dari pihak pengelola Benteng Pendem Cilacap mengakibatkan penurunan jumlah pengunjung. Selama ini promosi yang telah dilakukan oleh pengelola hanya sekedar melalui *website* pemerintah dan *reupload* foto Instagram para pengunjung. Berdasarkan latar belakang permasalahan yang ada, peneliti membuat media promosi terbaru berupa video iklan sebagai sarana promosi beserta media pendukungnya.

Video iklan Benteng Pendem Cilacap ini diciptakan untuk mempromosikan wisata sejarah yang adalah di Cilacap dengan tujuan menambah daya tarik, menjelaskan dan memperlihatkan mengenai Benteng Pendem dan sejarahnya. Dari segi audio, video iklan ini menggunakan *backsound* musik dengan *rytme* yang cepat dan menggunakan *voice over* yang berisikan penjelasan singkat mengenai Benteng Pendem itu sendiri.

Selain video iklan, peneliti juga membuat media pendukung seperti *Feed* Instagram, *Poster*, *Teaser*, *Thumbnail* dan brosur. Media pendukung dibuat dengan tujuan untuk membantu penyebaran media utama agar lebih optimal dan menjangkau target *audience* secara langsung. Video iklan Benteng Pendem akan disebarluaskan melalui Youtube. Media pendukung akan disebarluaskan melalui Instagram untuk media digital, sedangkan media konvensional akan disebarluaskan pada tempat umum. Dengan adanya pembaruan media promosi tersebut diharapkan dapat menjangkau banyak audiens dan meningkatkan jumlah pengunjung yang datang.

6.2. Saran

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki bagian yang dapat lebih disempurnakan dan dikembangkan, seperti pengkonsepan yang lebih matang, membuat promosi melalui media lain dan teknik penyebaran yang lebih optimal. Penulis berharap perancang selanjutnya dapat menyempurnakan kekurangan tersebut. Penelitian ini dapat juga digunakan sebagai referensi untuk penulisan lainnya yang mengangkat topik wisata sejarah.