

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil perancangan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa katalog fotografi digital ini merupakan media promosi yang mampu menampilkan keindahan dan fasilitas dari Wisata Taman Sadrina secara menarik dan informatif. Katalog ini disusun dengan rapi untuk memudahkan pengunjung mengenali area dan fasilitas yang tersedia.

Visualisasi fotografi yang estetik dan komunikatif telah dimanfaatkan untuk meningkatkan daya tarik wisata. Promosi dilakukan melalui katalog cetak yang disebarlang langsung kepada pengunjung dan masyarakat sekitar, serta melalui unggahan (post) di media sosial Instagram untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Kedua media tersebut terbukti efektif dalam menarik perhatian masyarakat. Setelah publikasi katalog dan posting di Instagram, jumlah pengunjung Taman Sadrina meningkat, terutama dari kalangan remaja dan keluarga yang tertarik untuk berwisata dan berfoto di area taman.

Selain katalog cetak, media promosi lainnya seperti kartu nama dan brosur juga digunakan untuk menyebarluaskan informasi secara luas dan mudah diakses. Katalog ini tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga memperkuat identitas visual taman serta memberikan kesan alami dan profesional sesuai karakteristik dari Wisata Taman Sadrina itu sendiri. Melalui penerapan media promosi ini, Taman Sadrina mulai lebih dikenal oleh masyarakat dan perlahan menjadi salah satu destinasi wisata alam yang diminati.

5.2 Saran

Katalog fotografi digital Wisata Taman Sadrina diharapkan dapat berfungsi sebagai media promosi yang efektif dalam memperkenalkan potensi pariwisata lokal kepada masyarakat luas. Beberapa rekomendasi untuk pengembangan selanjutnya adalah sebagai berikut:

- a. Optimalisasi penyebaran katalog digital melalui media sosial dan platform digital lainnya agar dapat menjangkau audiens yang lebih luas secara cepat dan efisien.
- b. Melakukan pembaruan isi katalog secara berkala, terutama apabila terdapat penambahan lokasi wisata baru, perubahan fasilitas, atau pembaruan harga tiket masuk.
- c. Menjalin kerja sama dengan komunitas lokal, seperti komunitas fotografi, pelaku UMKM, maupun pembuat konten perjalanan, guna memperkuat promosi serta memperluas jaringan publikasi.
- d. Mengembangkan media promosi tambahan, seperti video promosi singkat, banner digital, atau kode QR interaktif, sebagai pelengkap yang mendukung katalog sebagai media utama.
- e. Memanfaatkan katalog digital ini untuk mendukung promosi wisata daerah oleh Dinas Pariwisata setempat sebagai salah satu bentuk dukungan terhadap pengembangan pariwisata lokal berbasis media visual.