

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Perancangan e-tourism untuk destinasi wisata Bukit Aslan Bandar Lampung dilakukan sebagai upaya menciptakan media promosi yang modern, informatif, dan sesuai dengan perkembangan teknologi digital. Dalam perancangan ini, media utama berupa website interaktif dikembangkan untuk menyajikan informasi lengkap seputar destinasi wisata, spot menarik, fasilitas, serta daya tarik visual Bukit Aslan. Pendekatan desain yang digunakan mengedepankan kenyamanan pengguna, visual yang menarik, serta kemudahan akses lintas perangkat.

Melalui proses perancangan yang mencakup tahap eksplorasi ide, penyusunan layout, digitalisasi, hingga pembuatan prototipe interaktif, website ini dirancang dengan mempertimbangkan kebutuhan target audiens, khususnya generasi muda. Media pendukung seperti poster digital, banner promosi, template media sosial, dan ilustrasi maskot juga turut dikembangkan untuk memperkuat strategi promosi dan membangun citra destinasi secara menyeluruh. Dengan hadirnya media e-tourism ini, diharapkan Bukit Aslan dapat dikenal lebih luas dan mampu bersaing di tengah perkembangan pariwisata digital saat ini.

#### **5.2 Saran**

Agar media e-tourism ini dapat memberikan dampak yang maksimal, disarankan agar desain yang telah dirancang dapat segera diimplementasikan dalam bentuk website fungsional yang dapat diakses publik secara online. Selain itu, perlu dilakukan pembaruan konten secara berkala agar informasi yang disajikan tetap relevan dan sesuai dengan kondisi di lapangan.

Kerja sama antara desainer, pengelola wisata, dan tim media sosial sangat dibutuhkan agar seluruh media promosi dapat berjalan secara optimal dan terintegrasi. Untuk pengembangan ke depan, media ini dapat ditingkatkan dengan menambahkan fitur-fitur interaktif seperti sistem reservasi online, ulasan

pengunjung, serta dukungan multibahasa guna menjangkau wisatawan dari luar daerah maupun mancanegara.

- Menambahkan foto, video, dan tur virtual agar informasi destinasi lebih menarik dan memberikan pengalaman mendekati nyata bagi calon wisatawan.
- Menyediakan fitur pemesanan tiket, paket wisata, maupun akses informasi transportasi sehingga platform tidak hanya sebagai media promosi tetapi juga layanan praktis bagi pengunjung.
- Mengembangkan strategi promosi terintegrasi melalui media sosial untuk memperluas jangkauan audiens, khususnya generasi muda yang aktif di platform digital.
- Mengaitkan e-tourism dengan promosi produk lokal agar manfaatnya tidak hanya dirasakan oleh destinasi wisata, tetapi juga oleh masyarakat sekitar.