

BAB IV

PENUTUP

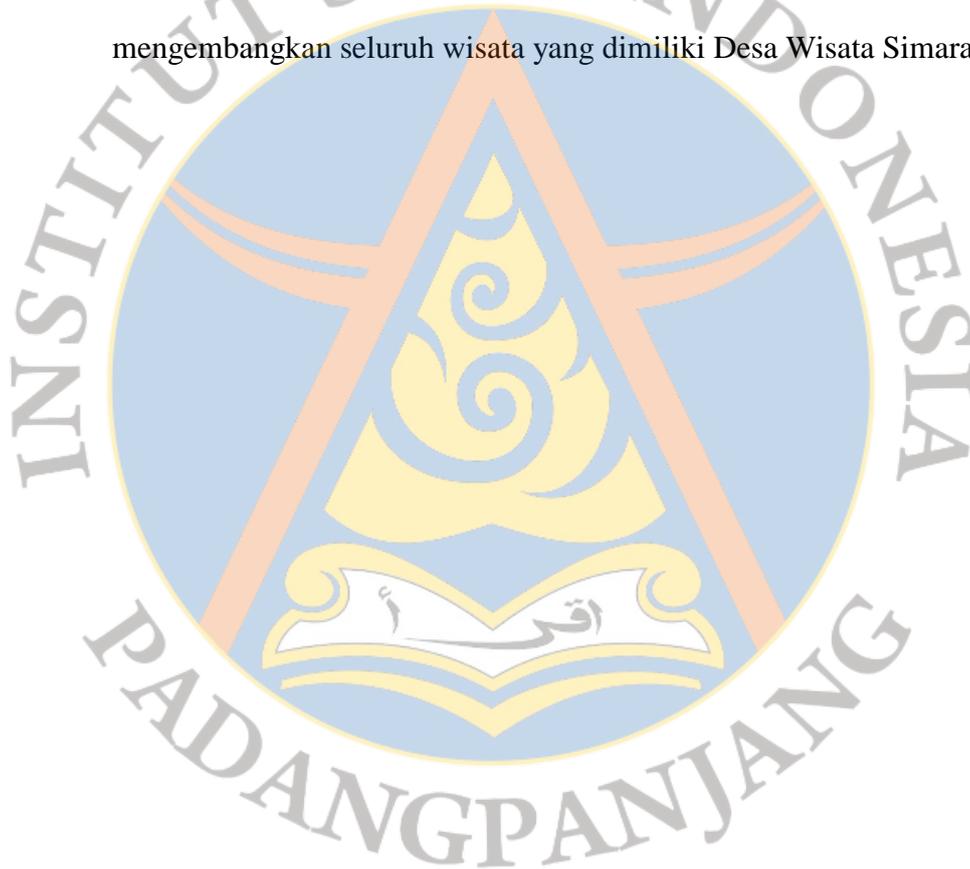
A. Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan dan pembahasan pada bab-bab yang sudah ada dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Perancangan media promosi Desa Wisata Simarasok Kabupaten Agam ini memiliki media utama yaitu video yang sangat diperlukan dalam media promosi dengan adanya media promosi ini dapat meningkatkan pengunjung yang datang ke Desa Wisata Simarasok sehingga juga dapat meningkatkan ekonomi dan kesadaran masyarakat yang ada disana.
2. Video yang dibuat menggambarkan bagaimana Desa Wisata Simarasok dengan daya tariknya sendiri yang memiliki keindahan, atraksi wisata alam yang masih asri, kearifan local.
3. Perancangan media promosi ini dapat membantu Pokdarwis Desa Wisata Simarasok yang selalu gencar untuk mengembangkan desanya menuju tingkat nasional.
4. Media promosi yang digunakan dalam perancangan ini adalah media yang umum dan disesuaikan dengan target konsumen yaitu video, poster, brosur, banner dan sosial media.

B. Saran

1. Dalam meningkatkan proses promosi sebaiknya pihak Pokdarwis Simarasok dapat melanjutkan kegiatan promosi yang efektif dan sistematis pada setiap media promosi yang nantinya akan mampu menarik lebih banyak pengunjung baik dari dalam maupun luar daerah.
2. Sebaiknya kedepannya ada kerjasama yang lebih baik dalam mengembangkan seluruh wisata yang dimiliki Desa Wisata Simarasok.



DAFTAR PUSTAKA

A. Sumber dari Artikel dan Jurnal

- Afina, R. (2022). Strategi Marketing Desa Wisata Berbasis Informasi dan. *Jurnal IKRAITH-TEKNOLOGI*, 6, 7-17.
- Anggi, S. S., & T. S. (n.d.). Analisis Sinematografi Program Potret Edisi Ada Gula Sumut.
- Bermana, A. L., R. M., & Heldi. (2014). Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Promosi Pariwisata. *e-jurnal ISI Padang Panjang*, 6-7.
- Bonafix, D. (2011, April 1). Kamera Dan Teknik Pengambilan Gambar. *Humaniora*, 2, 845-854.
- Fandy Tjiptono, dkk, Strategi Pemasaran, (Yogyakarta: Andi, 2008), hlm 219
- Fadli, M., Lubis, Y., & Wahyuni, S. (2019). Penerapan Sinematografi Pada Film Pilar. *Jurnal FSD*, 438-450.
- Putu, G. A. (2018). Strategi Pemasaran Daya Tarik Wisata Untuk Meningkatkan Jumlah Kunjungan. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 240-247.
- Ramli, M.Pd, D. M. (2012). *Media Dan Teknologi Pembelajaran*. Banjarmasin: Antasari Press.
- Romadonah, E. S., & Maharani, I. N. (2019, Desember 2). Motion Graphic Sebagai Media Pembelajaran. *UTILE Jurnal Pendidikan*, 115-122.
- Sandy, A. S., & Syadian, T. (2019). ANALISIS SINEMATOGRAFI PROGRAM POTRET . *Jurnal FSD*, Vol. 1 No. 1, 329-340.
- Simarasok, W. N. (2019). *Adat Salingka Nagari Simarasok*. Agam: Kerapatan Adat Nagari Simarasok.
- Soraya, E., Sari, N. R., & Sulistyawati, A. S. (2022, April 1). Pengaruh model AISAS terhadap keputusan wisatawan dalam pembelian Bali Banana. *JURNAL KEPARIWISATAAN DAN HOSPITALITAS*, 67-81.
- Sudibya, B. (2018, April 1). Wisata Desa dan Desa Wisata. *BALI MEMBANGUN BALI*, 1, 22-25.

Supriyanta, & Nisa, K. (2015, Maret 1). Perancangan Website Desa Wisata Karangrejo Sebagai Media Informasi Dan Promosi. *Jurnal Bianglala Informatika*, 3, 35-40.

Wijaya, P. Y. (1999). Tipografi dalam desain komunikasi visual. *Nirmana*, 1(1).

