

## BAB V

### PENUTUP

#### a. Kesimpulan

Pembuatan video promosi wisata di kawasan Kantor Perhutani Kesatuan Pemangku Hutan (KPH) Malang di bawah naungan Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Timur memiliki tiga tahapan penting, yaitu pra produksi, produksi dan pasca produksi. Pada tahapan pra produksi, penulis melakukan riset pada objek yang akan dibuat dalam video promosi wisata. Selain itu penulis juga melakukan wawancara kepada pihak yang berwenang dalam mengelola lokasi wisata tersebut. Untuk menguatkan data penulis juga mengajukan kuesioner yang disebarakan melalui *random sampling* kepada para generasi Z yang tinggal di Jawa Timur untuk menguatkan data sebagai materi dari konten yang akan diproduksi. Di tahap ini penulis juga menentukan ide serta konsep dari video yang akan diproduksi hingga tahapan menyusun ssg dari konten. Lalu untuk tahap produksi merupakan tahapan penulis beserta kru melakukan *take* video serta rekaman suara untuk kegunaan *voice over* dalam video promosi wisata. Kemudian untuk tahapan pasca produksi dilakukan kegiatan berupa penyuntingan video, guna menyelaraskan antara ide dan konsep video yang telah direncanakan. Selain itu pada tahapan pasca produksi ini penulis menyebarkan kuesioner kembali untuk mengetahui apakah video yang dibuat dapat meningkatkan minat calon wisatawan atau tidak memengaruhi minat calon wisatawan.

Hasil dari kuesioner didapati bahwa persentase antara kuesioner pertama dengan kuesioner lanjutan berjumlah sama, yaitu sebesar 98,4%. Harapannya ke depan video promosi wisata ini akan dapat memberikan dampak yang lebih baik kepada Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Timur, penulis, serta Universitas Diponegoro.

#### b. Saran

Potensi wisata yang dimiliki oleh Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Timur sangatlah banyak dan beragam. Namun masih banyak lokasi wisata yang belum tercapai target wisatawannya. Sedangkan wadah untuk

media publikasi sudah dimiliki namun belum dimanfaatkan secara maksimal. Harapannya ke depan Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Timur dapat memaksimalkan potensi serta wadah untuk media promosi sehingga target dari wisatawan yang mengunjungi lokasi wisata dapat tercapai.