

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Pengembangan konten narasi fiksi berjudul "Di Antara Jejak dan Waktu" berhasil dilaksanakan melalui penerapan model pengembangan ADDIE yang terdiri atas tahap *Analysis*, *Design*, *Development*, *Implementation*, dan *Evaluation*. Proses diawali dengan tahap *Analysis*, yang mengidentifikasi kesenjangan pada media promosi pariwisata Kota Lama Semarang yang masih bersifat informatif dan berfokus pada visual semata, sekaligus merumuskan kebutuhan konsep, produksi, dan audiens sebagai dasar pengembangan konten. Oleh karena itu, kontribusi utama dalam penelitian ini terletak pada pengembangan aspek narasi, yang meliputi perumusan ide dan tema cerita, penyusunan alur (*storyline*), penulisan naskah *voice over*, serta pembuatan *storyboard* sebagai dasar visualisasi cerita. Selain itu, peneliti juga berperan sebagai *talent* yang merepresentasikan tokoh dalam narasi, yaitu sosok yang mengalami kejenuhan dan menemukan ketenangan di kawasan Kota Lama Semarang, sehingga membantu memperkuat penyampaian makna cerita secara lebih mendalam. Peneliti juga melakukan penyusunan dan penerjemahan *subtitle* bahasa Jepang guna memperluas jangkauan audiens. Melalui penguatan unsur narasi fiksi ini, konten yang dihasilkan tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menghadirkan pengalaman yang imajinatif, reflektif, dan bermakna.

Konten promosi ini diuji coba kepada 30 responden, serta penyebaran produk melalui kanal YouTube Program Studi Bahasa Asing Terapan dan penyerahan kepada Pemandu Wisata Kota Lama (Dutakola), konten promosi ini menerima respons yang sangat positif dari validator maupun responden dari hasil kuesioner konten ini memperoleh skor rata-rata keseluruhan pada kategori "Sangat Setuju" untuk aspek efektivitas media promosi (4,56), serta kategori "Setuju" untuk aspek narasi dan penyampaian cerita (4,47) dan aspek audiovisual (4,41), yang menunjukkan tingkat penerimaan dan kepuasan yang tinggi terhadap produk akhir. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pendekatan narasi fiksi berbasis

estetika *wabi-sabi* ini terbukti membangun pengalaman emosional yang kuat serta efektif sebagai media promosi pariwisata dalam memperkenalkan Kota Lama Semarang kepada audiens yang lebih luas.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat disampaikan baik bagi penelitian selanjutnya maupun pihak-pihak berkepentingan dalam pengembangan promosi pariwisata, sebagai berikut:

1. Bagi mahasiswa atau peneliti selanjutnya, perencanaan produksi konten promosi pariwisata perlu dipersiapkan dengan lebih matang, terutama dalam hal penyediaan peralatan produksi yang lebih lengkap, termasuk penggunaan drone, agar proses pengambilan gambar dapat menghasilkan visual yang lebih variatif dan berkualitas. Pada tahap pengujian produk, disarankan pula untuk memperluas keterlibatan responden dengan mengikutsertakan wisatawan mancanegara dari beragam negara melalui teknik pengambilan sampel yang lebih sistematis, sehingga hasil evaluasi yang diperoleh dapat mencerminkan penerimaan audiens secara lebih menyeluruh.
2. Bagi *stakeholder* seperti pokdarwis (kelompok sadar wisata), dinas pariwisata, pemandu wisata, maupun pihak-pihak terkait lainnya, hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi acuan dalam merancang media promosi pariwisata yang tidak sekadar berorientasi pada aspek pemasaran, melainkan juga berperan aktif dalam menjaga kelestarian serta memperkenalkan warisan budaya dan sejarah bangsa Indonesia kepada masyarakat lokal maupun mancanegara.