

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil perancangan dan pengembangan yang telah dilakukan, video informatif Museum Meiji Mura berhasil dibuat sebagai media promosi wisata yang ditujukan bagi wisatawan Indonesia. Video ini menyajikan informasi mengenai akses menuju lokasi, informasi kunjungan, fasilitas, serta daya tarik utama Museum Meiji Mura secara terstruktur dan mudah dipahami. Melalui perpaduan narasi berbahasa Indonesia, visual lokasi secara langsung, dan penggunaan beberapa istilah budaya Jepang yang relevan, informasi dapat disampaikan secara lebih menarik sekaligus memberikan gambaran mengenai pengalaman berkunjung ke Museum Meiji Mura.

Selain memperkenalkan Museum Meiji Mura sebagai destinasi wisata budaya, video yang dikembangkan juga memberikan pemahaman mengenai nilai sejarah dan proses modernisasi Jepang yang tercermin melalui berbagai bangunan bersejarah di dalam kawasan museum. Pemilihan fokus pada beberapa bangunan ikonik, seperti *St. Francis Xavier's Cathedral*, *Imperial Hotel*, dan *Japan National Railways Shimbashi Factory Machinery Hall*, membantu audiens memahami karakteristik Museum Meiji Mura tanpa mengurangi fungsi utama video sebagai media promosi wisata.

Dengan demikian, video informatif yang dihasilkan mampu menjadi media yang komunikatif dalam memperkenalkan Museum Meiji Mura kepada wisatawan Indonesia. Penyajian informasi yang ringkas, visual yang mendukung, dan alur penyampaian yang sistematis diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan,

ketertarikan, serta minat audiens untuk mengunjungi Museum Meiji Mura ketika berwisata ke Jepang.

5.2 Saran

Program studi diharapkan dapat terus mendorong pengembangan proyek berbasis media digital dan audiovisual sebagai bentuk penerapan kompetensi mahasiswa dalam bidang bahasa, komunikasi, dan pengelolaan informasi. Dukungan terhadap kegiatan pembelajaran yang bersifat praktis dan berbasis proyek juga perlu terus ditingkatkan agar mahasiswa memiliki kesempatan untuk menghasilkan karya yang tidak hanya memenuhi kebutuhan akademis, tetapi juga memiliki manfaat yang dapat diterapkan di masyarakat serta relevan dengan perkembangan media dan industri kreatif saat ini.

Selain itu, pengembangan produk serupa pada penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan memperluas cakupan destinasi wisata, menambahkan variasi bahasa, atau memanfaatkan platform digital yang lebih beragam untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Penelitian selanjutnya juga dapat melibatkan jumlah responden yang lebih banyak dan beragam sehingga efektivitas media yang dikembangkan dapat dievaluasi secara lebih komprehensif. Dengan demikian, hasil penelitian yang diperoleh tidak hanya memberikan gambaran mengenai kualitas produk, tetapi juga dapat menjadi dasar untuk pengembangan media promosi wisata yang lebih inovatif dan adaptif terhadap kebutuhan audiens