

5. PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Setelah melakukan observasi dan wawancara yang telah dilakukan untuk mendapatkan data-data mengenai Taman Nasional Komodo ini dapat disimpulkan bahwa Taman Nasional Komodo ini berpotensi untuk meningkatkan devisa negara dan juga industri pariwisata di Flores, Indonesia bagian timur. Banyak lokasi-lokasi di Taman Nasional Komodo dan juga sekitarnya yang dapat dijadikan tempat wisata. Hampir seratus persen pengunjung Taman Nasional Komodo ini adalah wisatawan mancanegara dan sisanya adalah wisatawan domestik. Dilihat dari segi kepariwisataan, ada beberapa hal yang menjadi kendala dalam meningkatkan industri pariwisata di sini, pertama yaitu SDM (Sumber Daya Manusia). Kedua, kurangnya kesadaran masyarakat membuat biota laut dan hewan-hewan darat menjadi rusak seperti halnya meledakkan laut, menggunakan merkuri untuk mendapatkan ikan dan juga memburu kijang yang merupakan makanan daripada komodo serta membakar hutan. Ketiga, dengan banyaknya wisatawan yang datang ke Taman Nasional Komodo membuat hewan-hewan takut dan menghasilkan banyak sampah.

Hal ini telah membuat berbagai macam kerugian baik bagi hewan-hewan yang ada di Taman Nasional Komodo maupun Taman Nasional Komodo sendiri. Sehingga perlu adanya peningkatan SDM dan memperbanyak penyuluhan terhadap masyarakat daerah yang masih kurang dalam bidang pendidikan. Sedangkan dilihat dari sudut pandang desainer, hal yang perlu dilakukan yaitu promosi untuk meningkatkan wisatawan domestik dimana mereka masih belum menjadikan kegiatan berwisata sebagai sebuah kebutuhan. Oleh karena itu, perlu adanya media promosi yang dapat mengkomunikasikan dengan jelas bahwa Taman Nasional Komodo adalah tempat wisata yang sangat menarik dan menantang terutama bagi pencinta alam dan dengan adanya perancangan promosi melalui *Typeface* yang memiliki karakter biawak komodo sebagai satu-satunya hewan langka yang dilindungi di Taman Nasional Komodo ini dapat menjadi jawaban bagi perancangan promosi ini.

Selain itu bentuk aplikasi media promosi ini bertujuan agar dapat menarik perhatian target *market* dan target *audience* untuk peduli dengan Taman Nasional Komodo yang merupakan finalis dalam acara *New 7 Wonders of Nature* yang membutuhkan bantuan masyarakat Indonesia dalam mem-*vote* sehingga dapat menjadi bagian dari *New 7 Wonders of Nature*.

5.2. Saran

Promosi ini dilakukan sebagai bentuk kesadaran diri untuk ikut berpartisipasi dalam menjaga kelestarian Taman Nasional Komodo yang mana dalam kenyataannya Taman Nasional Komodo masih banyak membutuhkan SDM berkualitas untuk menjamin keberlangsungan hidup masyarakat baik di Taman Nasional Komodo maupun bagi bangsa Indonesia yang merupakan aset untuk memajukan industri pariwisata Indonesia. Selain itu, promosi ini bertujuan membantu mempromosikan Taman Nasional Komodo sebagai finalis *New 7 Wonders of Nature* yang membutuhkan suara dengan mem-*vote* di website new7wonders.com.

Bentuk promosi ini berupa *Typeface* yang berkarakter Taman Nasional Komodo dengan metode penelitian kualitatif dan target market mahasiswa desain baik dari mancanegara maupun domestik dimana mereka adalah orang-orang yang memakai *Typeface* untuk kepentingan desain mereka. Kemudian bagi yang akan melakukan tugas akhir dengan tema komodo ini dapat juga menggunakan target market seperti *traveler* atau *backpacker* dimana mereka merupakan orang-orang yang mencari informasi dari *travel guide book*. Bisa juga membuat buku mengenai Taman Nasional Komodo dimana masih belum banyak buku mengenai Taman Nasional Komodo yang dibuat di Indonesia dengan menggunakan bahasa Indonesia. Hal ini merupakan inspirasi saat membuat perancangan ini dimana jarang ditemukan buku mengenai Taman Nasional Komodo hasil literatur penulis Indonesia.