

## BAB V

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian di Ciwangun Indah Camp, peneliti menarik kesimpulan bahwa terdapat 17 atraksi wisata di Ciwangun Indah Camp. Yang kemudian peneliti ambil 8 diantaranya untuk dijadikan objek interpretasi non personal setelah melalui tahapan wawancara dan rekomendasi dari narasumber.

Segmentasi pengunjung di Ciwangun Indah Camp didominasi oleh pengunjung yang berlatarbelakang perguruan tinggi, dengan tingkat pendapatan perbulan diatas dua juta rupiah dan rata-rata usia antara 22-36 tahun. Dengan segmentasi tersebut, peneliti menetapkan sebuah tema yang selaras dengan dominasi karakteristik pengunjung yang ada.

Tema yang diimplementasikan di Ciwangun Indah Camp adalah “*Green, Smart, Fun and Adventure*”. Pengambilan tema ini berdasar kepada segmentasi pengunjung, observasi, hasil wawancara dan rekomendasi dari narasumber. Peneliti juga membuat sub-tema bagi masing-masing daya tarik wisata yang peneliti tentukan berdasarkan kepada tema tersebut.

Perencanaan media interpretasi non personal di Ciwangun Indah Camp dibuat berdasarkan keseluruhan aspek yang telah di teliti. Konten dan desain dari media interpretasi non personal di Ciwangun Indah Camp didasarkan kepada hasil dari analisis ekspektasi pengunjung dalam kuesioner yang mengacu pada teori Ham dan Wearing (2008), serta hasil dari data segmentasi pengunjung dan tema yang ditentukan. Peneliti menetapkan lokasi penempatan media interpretasi non personal dalam sebuah ruangan yang berfungsi sebagai pusat informasi, dan menempatkannya juga di 10 titik dekat dengan daya tarik wisata yang dimulai dengan titik 1 adalah Gapura, titik 2 adalah Gerbang Utama, titik 3 adalah *Shaking Bridge*, titik 4 adalah *Camping Ground*, titik 5 adalah Kebun Teh, titik 6 adalah Hutan Pinus, titik 7 adalah *Dog Park*, titik 8

adalah Panggung Hiburan, titik 9 adalah Curug Citulang dan titik 10 adalah Curug Tilu.

## **B. Rekomendasi**

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat sebanyak 8 objek media interpretasi non personal yang dapat diterapkan di Ciwangun Indah Camp, peneliti merekomendasikan kepada pihak pengelola CIC untuk memaksimalkan fungsi kantor pelayanan Ciwangun Indah Camp menjadi pusat informasi bagi wisatawan yang didalamnya juga akan dipajang 8 media interpretasi non personal. Selain itu, penempatan media interpretasi non personal di 10 titik yang telah ditentukan membutuhkan dukungan semua pihak terutama pihak pengelola lokasi wisata Ciwangun Indah Camp untuk merealisasikan suatu media interpretasi non personal yang dapat mengedukasi, memberikan rasa aman dan menghibur pengunjung. Dengan pesatnya pembangunan kepariwisataan di daerah Kabupaten Bandung Barat, maka peluang untuk merealisasikan media interpretasi non personal ini terbuka lebar.

