

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Promosi memiliki peran yang besar dalam tingkat penjualan suatu perusahaan. Tanpa promosi yang baik, suatu perusahaan sulit menarik target audiens untuk membeli atau menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Hal yang sama juga terjadi pada Safari Poo Paper, dimana kurangnya promosi membuat penjualan Safari Poo Paper kian menurun dari tahun ke tahun, bahkan tidak banyak diketahui oleh pengunjung Taman Safari Bali maupun Bogor, dimana Safari Poo Paper di produksi. Oleh karenanya, dibutuhkan media promosi yang baik dan dapat menjangkau target audiens dari Safari Poo Paper, menginformasikan dan mempersuasi mereka agar penjualan Safari Poo Paper dapat membaik dan meningkat di kemudian hari.

Dalam merancang media promosi, digunakan media cetak dan media digital agar dapat menjangkau target audiens yang berada di area Taman Safari maupun yang berada di luar atau jauh dari Taman Safari Indonesia. Media utama dari promosi berupa *website* yang dapat dengan mudah diakses di mana saja dan kapan saja. Penggunaan *website* juga mempermudah target audiens untuk mengenal dan membeli produk dari Safari Poo Paper tanpa harus mengunjungi Taman Safari Bali ataupun Bogor terlebih dahulu. Pesan yang ingin disampaikan melalui media promosi Safari Poo Paper yaitu “wujud kebaikan” yang ada di balik kertas Safari Poo Paper, dimana ketika seseorang membeli produk dari Safari Poo Paper, mereka tidak hanya membantu meningkatkan pendapatan dari Safari Poo

Paper, namun juga turut serta berperan dalam melindungi keasrian alam dan membantu sesama yang membutuhkan.

5.2. Saran

Peran besar promosi dalam mempengaruhi keberhasilan suatu perusahaan menjadi hal yang harus diperhatikan dengan benar. Walau tidak sempurna, promosi harus dilakukan secara efektif, didasari riset yang baik dan data yang terpercaya agar dapat sampai dengan baik ke target audiens dan memenuhi target dari perancangan promosi sendiri.

Penulis berharap dengan adanya tugas akhir ini dapat menjadi pelajaran bagi penulis dan menjadi referensi bagi mereka yang ingin merancang media promosi ke depannya. Jika kedepannya promosi ini dikembangkan, akan lebih baik jika menambahkan unsur pengalaman atau *experience* bagi target audiens pada media-media yang telah dirancang maupun media baru yang sesuai dengan promosi agar audiens yang tidak mengunjungi langsung Taman Safari Bali maupun Bogor tetap dapat merasakan pengalaman yang berkaitan dengan pembuatan Safari Poo Paper.