



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Perancangan promosi Agrowisata Cibugary dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan kunjungan di lokasi tempat wisata karena Agrowisata Cibugary hingga saat ini belum memenuhi kuota target yang ingin dicapai. Adapun target utama dari perancangan promosi ini adalah guru khususnya kepala sekolah dengan rentang umur 30 tahun – 50 tahun.

Penulis melakukan perancangan berdasarkan hasil riset berupa wawancara baik kepada guru-guru maupun kepada pemilik dari Agrowisata Cibugary yaitu bapak Rachmat Albaghory, penulis juga melakukan observasi terhadap lokasi Agrowisata Cibugary dan juga melakukan pengamatan aktivitas target khalayak. Perancangan promosi menggunakan teknik ilustrasi, karena ada beberapa bagian yang tidak bisa ditampilkan oleh media foto atau lainnya dan juga untuk membangun suasana yang menyenangkan dan menunjukkan bahwa Agrowisata Cibugary merupakan tempat yang nyaman dan ramah untuk anak-anak karena anak-anaklah yang menikmati tempat wisatanya.

Oleh karena itu promosi yang penulis buat dengan menggunakan visual ilustrasi dan penggunaan media ditinjau dari hasil riset dan pengamatan target khalayak. Media primer yang digunakan adalah *direct marketing* berupa paket dalam satu amplop ukuran 23 cm x 32 cm dengan isi *flyer*, kalender, brosur, kartu nama, berikutnya adalah *direct mail* berupa poster, sedangkan media sekunder

menggunakan *website*, *merchandise* atau *freebies* yang dibagikan gratis ketika guru-guru telah mengunjungi tempat wisata, *merchandise* berupa *tumbler*, mug, *goodie bag*, *pouch*, pin, dan baju.

## 5.2. Saran

Penulis menyadari bahwa dalam melakukan penelitian masih banyak terdapat kekurangan dan tidaklah sempurna, oleh karena itu penulis menyarankan kepada peneliti selanjutnya dalam melakukan perancangan promosi untuk lebih memahami secara mendalam audien yang menjadi target promosi, lalu mengetahui detail aktivitasnya dan dengan media apa saja mereka bersentuhan sehingga dalam penelitian selanjutnya dapat lebih mengembangkan media-media yang terkait dengan perancangan. Berikutnya hal yang penting adalah mengetahui maksud dan tujuan dari tempat yang akan dibuat perancangan promosinya dalam melakukan promosi agar promosi yang dilakukan dapat berjalan efektif.

Saran penulis berikutnya terhadap Agrowisata Cibugary adalah agar dalam melakukan promosi tidak sebatas membagikan brosur kepada pengunjung di kawasan Agrowisata Cibugary namun lebih baik melakukan promosi secara langsung ke sekolah-sekolah karena lebih dapat meningkatkan *brand awareness* dan memiliki kemungkinan besar untuk mendatangkan pengunjung.