

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Perancangan promosi ini dirancang oleh penulis untuk menginformasikan kepada masyarakat bahwa ada lokasi wisata bahari yang kaya akan keindahan alam di tanah Lampung dan agar Lampung lebih dikenal oleh masyarakat luas dengan keindahan alamnya. Dengan keindahan yang dimiliki Teluk Kiluan tentunya sangat disayangkan apabila Teluk Kiluan masih jarang diketahui oleh masyarakat di luar Lampung yang menyebabkan Teluk Kiluan sepi pengunjung oleh karena itu penulis merancang promosi yang bisa berguna untuk Teluk Kiluan agar lebih dikenal.

Penulis merancang promosi ini pada saat pandemi *Covid-19* 2020 yang dimana keterbatasan akses menjadi hal utama yang dihadapi penulis saat merancang rancangan promosi ini. Dengan media yang sudah dibuat oleh penulis dan pengaturan *budgeting* semoga bisa memaparkan gambaran kebutuhan promosi yang dapat digunakan untuk keperluan promosi Teluk Kiluan. Penambahan media yang akan digunakan oleh pengguna perancangan promosi ini kiranya bisa ditinjau dengan berbagai visual yang sudah dibuat penulis dalam berbagai ukuran dan bidang.

Penulis merancang promosi dengan berbagai media yang penulis anggap sudah bisa menjangkau audiens yang dituju sebagai target promosi Teluk Kiluan. Seluruh penggunaan visual yang penulis dapat dari internet sudah penulis sesuaikan dengan keadaan nyata di Teluk Kiluan yang memang memiliki laguna alam, lumba-lumba dan air serta pasir yang bersih dengan harapan wisatawan tidak kecewa dengan visual yang didapat dari internet pada saat wisatawan mengunjungi Teluk Kiluan. Penulis juga berharap agar wisatawan dapat lebih mengenal dan membanggakan wisata Indonesia yang masih banyak yang bisa

lebih dikenal dan dikunjungi sehingga Indonesia bisa memajukan sektor pariwisata agar lebih dikenal baik oleh wisatawan luar negeri.

5.2. Saran

Selama proses perancangan penulis dapat lebih mengenal kekayaan alam Indonesia dan turut merasa bangga akan apa yang dimiliki oleh wisata di Indonesia yang selalu mengejutkan dengan keindahan alam yang tidak terbatas namun hanya perlu ditemukan. Dengan terbentuknya laporan dan perancangan promosi ini, penulis berharap pembaca bisa lebih membanggakan wisata dalam negeri dan turut serta menjaga kondisi alam di Indonesia baik dari lautan, pegunungan, sungai, danau, hutan dan lainnya.

Dalam pembuatan perancangan promosi, baiknya untuk memulai merancang promosi harus mengerti terlebih dahulu permasalahan yang dihadapi serta menggali informasi dengan maksimal yang bisa dilakukan dengan cara observasi, wawancara, riset dan lainnya sehingga pada saat merancang promosi, perancang sudah memiliki wawasan yang cukup sebagai bekal untuk membuat perancangan.