

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Kampung Batik Cibuluh merupakan satu-satunya destinasi wisata di Kota Bogor yang diresmikan oleh BAZNAS Republik Indonesia pada tahun 2019. Dengan menawarkan khas batik Bogor dan *experience* membatik, namun potensi wisata dari Kampung Batik Cibuluh ini masih belum dikenal oleh masyarakatnya sendiri khususnya Kota Bogor karena tidak adanya media promosi yang efektif. Karena terdapat fenomena tersebut, penulis ingin merancang suatu bentuk promosi yang memperkenalkan di Kampung Batik Cibuluh kepada masyarakat luas di Kota Bogor. Penulis juga menargetkan audiens pada remaja akhir, yang memiliki pandangan wisata ideal dengan mengenal dan menambah wawasan akan budaya batiknya tersendiri. Dari penetapan target tersebut, diharapkan pendekatan konsep promosi yang dilakukan tepat dan efektif untuk meningkatkan kunjungan wisata ke Kampung Batik Cibuluh.

#### **5.2 Saran**

Media promosi sangat berperan besar dalam mempengaruhi suatu keberhasilan dalam perusahaan maupun individu. Maka dari itu penulis membuat perancangan promosi Kampung Batik Cibuluh. Dari perancangan ini penulis menjadi mengetahui berbagai hal yang perlu diperhatikan agar proses perancangan dapat berjalan dengan lancar. Salah satunya penulis menyarankan untuk mendalami topik, *experience* dari target audiens,

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A