

BAB VI

PENUTUP

6.1 KESIMPULAN

Kesimpulan dari perancangan strategi promosi Taman Safari Prigen adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan data-data yang ada dari hasil observasi, wawancara, serta analisis SWOT dan analisis USP, hasil perancangan tersebut digunakan untuk memperkuat brand loyalty dari Taman Safari Prigen tersebut.
2. Untuk menggambarkan semua yang ada di Taman Safari Prigen untuk mendukung kelayakitan pelanggan maka strategi promosi dan konsep visual yang telah dipilih adalah natural.

6.2 SARAN

Berdasarkan penjelasan perancangan strategi promosi diatas maka saran yang dapat diberikan untuk pengembangan perancangan yang telah dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Perancangan strategi promosi Taman Safari Prigen yang dibuat merupakan strategi promosi yang belum begitu menyeluruh dan sempurna sehingga perlu dilakukan penyempurnaan, pengembangan dan perbaikan sesuai dengan pembaruan fasilitas dan lain – lain yang ada di Taman Safari Prigen.

2. Strategi promosi ini dapat dilakukan secara bertahap dan mampu dikembangkan lebih lanjut sehingga keseluruhan perancangan tersebut menjadi sempurna.

STIKOM SURABAYA