

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dalam tugas akhir yang berjudul "Perancangan Media Promosi Romokalisari Adventure Land Bagi Segmen Keluarga Guna Meningkatkan Brand Awareness," beberapa poin utama dapat disimpulkan dari penelitian dan perancangan yang telah dilakukan adalah segmen keluarga telah diidentifikasi sebagai pasar potensial yang signifikan bagi Romokalisari Adventure Land. Keluarga mencari tempat wisata yang menyediakan pengalaman bersama yang menyenangkan, aman, dan mendidik. Media promosi yang dirancang khusus untuk keluarga, menggunakan visual yang menarik, warna-warna cerah, dan informasi yang mudah dipahami, berhasil menarik perhatian target pasar. Pemasaran melalui media sosial dan media yang terpapar oleh calon pengunjung meningkatkan jangkauan dan interaksi dengan audiens target, memperkuat kesadaran akan brand.

#### **5.2 Saran**

Pengembangan Konten yang Menarik:

1. Terus kembangkan konten visual yang menampilkan kebahagiaan dan keseruan keluarga di Romokalisari Adventure Land. Buat narasi yang kuat dan autentik yang bisa menggugah emosi calon pengunjung.
2. Pertimbangkan untuk menambahkan konten interaktif seperti vlog, panduan wisata, dan cerita pengalaman pengunjung.

Optimalisasi Pemasaran Digital:

1. Tingkatkan kehadiran di media sosial dengan konten yang konsisten, interaktif, dan menarik. Gunakan iklan berbayar untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan lebih tersegmentasi.

Kolaborasi dan Event:

1. Jalin kolaborasi dengan influencer, blogger, dan komunitas keluarga untuk memperluas jangkauan promosi. Kolaborasi ini dapat meningkatkan kredibilitas dan daya tarik Romokalisari Adventure Land.

Dengan menerapkan saran-saran di atas, diharapkan Romokalisari Adventure Land dapat terus meningkatkan brand awareness dan menarik lebih banyak pengunjung dari segmen keluarga, sehingga mencapai tujuan strategis jangka panjang