

# **BAB V**

## **KESIMPULAN**

### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan data dan fakta yang didapat sebelumnya, mengenai meningkatnya ketertarikan masyarakat terhadap wisata di kota Bandung, maka hal yang perlu dilakukan untuk membuat masyarakat tertarik terhadap suatu objek wisata yang kurang dikenal adalah dengan cara mempromosikan objek wisata tersebut melalui media-media yang efektif, serta melakukan *branding* dari tempat wisata tersebut agar memiliki citra yang membuat masyarakat lebih mudah mengingat tempat tersebut.

Dalam hal ini, upaya yang dilakukan adalah membuat *branding* dari Padepokan Dayang Sumbi, yaitu membuat citra baru, juga dengan strategi promosi yang baru. Promosi dilakukan dengan dua tahap, tahap yang pertama ialah memperkenalkan mengenai apa itu Padepokan Dayang Sumbi, rangkaian kegiatan yang ada disana dan manfaat pendidikannya. Pada tahap yang kedua, memperkenalkan tempat wisata melalui media-media yang efektif agar masyarakat mengingatnya. Diharapkan setelah melihat rangkaian promosi ini, banyak masyarakat menjadi tahu bahwa di Bandung ada wisata pendidikan yang *fun* dan tidak membosankan, sehingga semakin banyak yang berkunjung ke Padepokan Dayang Sumbi.

### **5.2 Saran**

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka penulis memberikan masukan dan saran yang mungkin dapat berguna, yaitu melakukan riset sebaik mungkin dan melakukan *observasi* langsung ke lapangan, agar dapat mengetahui apa saja yang menjadi kekurangan serta kelebihan dari program yang sudah dijalankan, dan yang paling utama adalah menyukai topik yang diangkat menjadi masalah dan menguasai topik tersebut dengan matang.