

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kota Pontianak memiliki banyak lokasi wisata, kuliner, serta budaya yang beragam dan memiliki potensi, tetapi selama ini pemerintah kurang maksimal dalam mempromosikan wisata di Kota Pontianak. Setelah melakukan pengumpulan data, observasi, studi pustaka, wawancara, dan melakukan analisis mengenai Kota Pontianak maka peneliti merancang rangkaian promosi sehingga dapat menjadi solusi untuk mempromosikan wisata dan juga wisatawan yang datang dapat mengetahui lokasi wisata dan kuliner di Kota Pontianak.

Penggunaan warna merah dan kuning digunakan agar terkesan menyenangkan dan bahagia. Target utama adalah usia dewasa muda yang tinggal di kota-kota besar di Indonesia seperti Jakarta, Bandung, dan Jogjakarta. Pemilihan *font* logo diambil dari corak Dayak namun lebih disederhanakan.

Strategi media promosi yang menggunakan media utama yaitu video promosi dibuat agar target pasar melihat secara visual apa saja lokasi wisata maupun kuliner. Media cetak dan media digital digunakan sebagai media pendamping yang masih dapat dijangkau oleh target pasar.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Bagi Kota Pontianak

Melihat banyaknya potensi wisata di Kota Pontianak, peneliti berharap pemerintah lebih mempromosikan kembali dan menggunakan media yang efektif untuk Kota Pontianak agar lebih dikenal oleh masyarakat Indonesia dan datang untuk mengunjungi wisata di Kota Pontianak.

5.2.2 Saran Dari Penguji

Saran dari penguji adalah penulis belum memasukkan logo *partnership* yaitu Panorama Tour pada media poster dan brosur serta pada media *postcard* bagian belakangnya dimasukkan informasi atau keterangan.