

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Tugas akhir Desain Komunikasi Visual yang berjudul Perancangan Promosi Wisata Kuliner di Wilayah Suryakencana Kota Bogor ini merupakan sarana untuk memperkenalkan kuliner kota Bogor kepada masyarakat yang masih tidak tahu mengenai eksistensi kuliner ini, terutama kepada wisatawan luar kota. Perancangan promosi ini telah memberikan banyak pengalaman, pengetahuan, dan juga manfaat bagi penulis untuk menambahkan wawasan di bidang periklanan, strategi beriklan, analisis data, kreatifitas, anggaran dalam membuat iklan, dan juga media-media apa saja yang sekiranya dibutuhkan agar cocok dengan target promosi sesuai dengan dunia kerja yang sesungguhnya.

Berdasarkan data dan fakta yang telah didapatkan, lalu juga penelitian serta perancangan yang telah dilakukan oleh penulis selama ini, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Suryakencana merupakan wilayah yang telah diatur sedemikian rupa oleh Pemerintah Kota Bogor untuk dijadikan sebagai pusat kuliner di kota Bogor. Namun nyatanya hingga saat ini masih banyak masyarakat khususnya wisatawan luar kota Bogor yang tidak mengetahui / mengenal eksistensi kuliner kota Bogor ini dikarenakan faktor kurangnya promosi. Padahal Pemerintah kota Bogor sudah melakukan penataan untuk menjadikan Suryakencana sebagai pusat wilayah kuliner di kota Bogor tersebut.
2. Menggunakan media digital dan juga cetak dengan menerapkan sistem AISAS sebagai penopang strategi dalam beriklan kepada para *audience*. Media digital merupakan media utama dimana informasi dapat diakses dengan lebih cepat karena teknologi masa kini yang sudah lebih canggih sehingga memudahkan masyarakat untuk mendapatkan informasi, dan juga media cetak sebagai media pendukung di beberapa tahap promosi.

5.2 Saran

Promosi Wisata Kuliner di Wilayah Suryakencana Kota Bogor ini harus terus dilakukan karena promosi ini dirancang dengan tujuan agar masyarakat luas khususnya wisatawan luar kota Bogor dapat lebih mengenali eksistensi keberagaman kuliner khas di kota Bogor. Selain itu dengan dilakukannya promosi ini, pemerintah Bogor pun dapat memiliki pemasukan yang lebih konsisten hingga di masa yang akan mendatang.

Saran dan masukan yang diberikan oleh dosen penguji mengenai perancangan promosi wisata kuliner di wilayah Suryakencana kota Bogor adalah sebagai berikut :

1. Promosi terlalu fokus kepada wisata kuliner di Suryakencana, padahal mungkin bisa saja untuk mencoba memasukkan unsur lain yang berada di Suryakencana sehingga menonjolkan variasi yang lebih menarik.
2. Logo terlalu kaku, terutama untuk tipografi yang digunakan berkesan kurang bermain. Selain itu diharapkan dapat untuk menyertakan *tagline*.
3. Warna yang digunakan dalam media kurang cocok untuk promosi kuliner, lalu makanan yang ditampilkan kurang ditonjolkan.