

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Seringkali para wisatawan kurang berminat atau tidak tertarik untuk datang dan berwisata ke tempat bersejarah dikarenakan sering dianggap membosankan dan terlalu kuno. Salah satu faktor yang menyebabkan hal tersebut adalah promosi yang belum optimal, sehingga perlu dilakukan sebuah perancangan promosi untuk tempat wisata tersebut. Berdasarkan hasil pembahasan dan hasil karya yang telah dibuat dapat disimpulkan, bahwa Fort Marlborough Bengkulu memerlukan promosi dalam bentuk media *digital* atau media *online* yang bertujuan untuk mengenalkan destinasi wisata kepada *target audience* serta menambahkan wawasan wisatawan terhadap destinasi wisata tersebut. Fort Marlborough juga memiliki potensi yang bagus untuk mendukung tempat wisata lainnya yang berada di Bengkulu.

Pada perancangan promosi ini, penulis memilih media instagram dan *website* sebagai salah satu media utama yang digunakan untuk promosi dikarenakan media tersebut menjadi media yang paling sering diakses oleh kalangan dewasa muda. Konsep promosi yang diterapkan menggunakan konsep AISAS yang dilaksanakan mulai pada bulan April hingga bulan Juli dengan membuat *budgeting* setiap media dan timeline media promosi terlebih dahulu. Pada tahap *attention* sampai pada tahap *share* akan dilakukan beberapa rancangan promosi dengan merilis teaser video terlebih dahulu kemudian diikuti oleh unggahan *post* di Instagram, peluncuran website resmi, hingga *event* dan *giveaway* hadiah dan souvenir yang diadakan oleh Fort Marlborough untuk menarik minat *target audience*. Dalam permasalahan yang sudah dibahas sebelumnya, tidak hanya penggunaan jenis media saja yang menjadikan suatu promosi dapat dikatakan sukses, tetapi isi dan konsep dari konten yang sesuai dengan target audience menjadi kunci utama keberhasilan suatu promosi.

## 5.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan bahwa promosi tempat wisata harus dilakukan secara repetitif, interaktif, dan tentunya ada campur tangan dari pemerintah setempat untuk mendukung tempat wisata tersebut agar bisa terus diingat oleh wisatawan yang datang. Penggunaan media promosi juga harus lebih diperhatikan seiring berkembangnya zaman, sehingga promosi tempat wisata tersebut terus mengikuti perkembangan teknologi yang ada.

