

BAB V KESIMPULAN

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap Mendulang Lembang Resort & Resto, dapat disimpulkan bahwa resort ini memiliki keunggulan utama berupa lokasi yang menawarkan pemandangan alam yang indah dan udara yang segar. Terletak di kawasan pegunungan Lembang, resort ini memberikan pengalaman menginap yang menenangkan dan menyegarkan bagi para pengunjung. Selain itu, resort ini dilengkapi dengan berbagai fasilitas yang memanjakan pengunjung, seperti skypool, restoran, penginapan dengan berbagai tipe kamar, dan arena outbound. Fasilitas-fasilitas ini menjadi daya tarik utama bagi pengunjung yang mencari pengalaman menginap yang menyeluruh dan beragam.

Namun, meskipun memiliki banyak keunggulan, promosi yang dilakukan oleh Mendulang Lembang Resort & Resto saat ini belum optimal. Hasil observasi dan analisis menunjukkan bahwa promosi melalui media sosial dan video promosi masih kurang menarik dan informatif. Hal ini terlihat dari hasil kuisisioner yang menunjukkan bahwa mayoritas responden tidak mengetahui tentang resort ini. Berdasarkan hasil kuisisioner, mayoritas responden lebih tertarik pada video promosi berdurasi 1-2 menit yang menampilkan informasi tentang fasilitas dan kenyamanan yang ditawarkan oleh resort. Visual yang menarik dan informasi yang lengkap tentang fasilitas menjadi faktor penting yang dapat menarik minat calon pengunjung.

Untuk meningkatkan efektivitas promosi, video akan menjadi media utama yang digunakan oleh Mendulang Lembang Resort & Resto. Video yang menarik dan informatif ini akan menonjolkan keindahan alam, fasilitas unggulan, dan pengalaman unik yang bisa dinikmati oleh para pengunjung. Video ini dapat dibagikan melalui berbagai platform media sosial seperti Instagram, YouTube, dan Facebook untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Selain itu, beberapa media pendukung akan digunakan untuk memperkuat strategi promosi ini, antara lain *t-shirt*, poster, gantungan kunci, pin, *sticker*, dan mug yang semuanya dapat menjadi merchandise yang menarik bagi pengunjung. X-banner dan brosur akan ditempatkan di tempat-tempat strategis untuk memberikan informasi lengkap

mengenai fasilitas dan penawaran spesial resort. *Totebag* yang menampilkan logo atau gambar resort juga bisa digunakan sebagai *merchandise* promosi. Di sisi lain, posting feeds Instagram yang konsisten dan kreatif, menampilkan foto-foto dan testimoni pengunjung, akan terus diperbarui untuk menarik minat calon pengunjung baru. Kombinasi dari media utama dan media pendukung ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran terhadap resort, serta mendatangkan lebih banyak pengunjung ke Mendulang Lembang Resort & Resto.

V.2 Saran

Adapun untuk saran yakni sebagai berikut:

1. Meningkatkan Kualitas Promosi: Disarankan agar Mendulang Lembang Resort & Resto meningkatkan kualitas materi promosi, khususnya melalui video yang menonjolkan fasilitas, pemandangan, dan kenyamanan yang ditawarkan. Video berdurasi 1-2 menit dengan visual yang menarik dapat menarik perhatian lebih banyak calon pengunjung.
2. Pemanfaatan Media Sosial: Promosi melalui media sosial harus lebih dioptimalkan. Platform seperti Instagram, Facebook, dan YouTube dapat digunakan untuk menyebarkan video promosi dan informasi terbaru tentang resort. Interaksi aktif dengan pengguna media sosial juga dapat meningkatkan kesadaran dan minat terhadap Mendulang Lembang Resort & Resto.
3. Pengembangan Fasilitas: Selain mempromosikan fasilitas yang sudah ada, pengembangan fasilitas tambahan seperti area bermain anak, spa, dan aktivitas rekreasi lainnya dapat menjadi daya tarik tambahan bagi keluarga dan kelompok wisatawan.
4. Kerjasama dengan Influencer: Mengajak influencer atau travel blogger untuk mengunjungi dan mereview Mendulang Lembang Resort & Resto dapat menjadi strategi efektif untuk menarik perhatian dan memberikan testimoni yang dapat dipercaya oleh calon pengunjung lainnya.

