BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, untuk menjawab pernyataan peneliti seperti yang tertuang dalam Tujuan Penelitian maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Perencanaan yang dilakukan oleh Bidang Promosi Taman Mini "Indonesia Indah" (TMII) adalah pengemasan materi promosi sesuai dengan visi-misi TMII yaitu wisata dan budaya, dengan melihat sasaran dan tujuan sehingga meningkatkan kunjungan wisata ke TMII.
2. Bentuk promosi yang digunakan oleh Bidang Promosi Taman Mini "Indonesia Indah" (TMII) adalah mengkombinasikan variabel-variabel bauran promosi (*promotional mix*), yaitu periklanan (*advertising*), penjualan perseorangan (*personal selling*), publisitas (*publicity*) dan promosi penjualan (*sales promotion*), sehingga masing-masing bentuk dapat mencapai sasarannya.
3. Pesan yang disampaikan oleh Bidang Promosi Taman Mini "Indonesia Indah" (TMII) dalam rangka meningkatkan kunjungan wisata ke TMII berupa pengemasan pesan yang disesuaikan dengan karakter khalayak

sasaran dan waktu penyampaian, tetapi terdapat kurang menariknya pengemasan pesan secara fisik.

4. Media yang digunakan oleh Bidang Promosi sangat beragam dikelompokkan dalam media lini atas dan media lini bawah, yang diseusaikan dengan jangkauan khalayak sasaran yang dituju, sehingga pesan dapat tersampaikan dengan baik.

5. Strategi Bidang Promosi Taman Mini "Indonesia Indah" (TMII) Jakarta dalam Rangka Meningkatkan Kunjungan Wisata ke TMII sudah berjalan sebagaimana mestinya, hanya saja terdapat kendala yang dihadapi perusahaan dalam hal keterbatasan dana untuk promosi, tetapi tidak menghalangi kegiatan promosi yang sudah dilakukan.

5.2 Saran – saran

5.2.1 Bagi perusahaan

1. Mengoptimalkan kinerja kerja karyawan melalui pelatihan sumber daya manusia (SDM), agar dapat dan terciptanya kredibilitas yang tinggi serta peningkatan kualitas.

2. Mengoptimalkan daya tarik fisik pesan promosi, dalam hal tampilan iklan-iklan TMII di media cetak maupun elektronik, sehingga masyarakat benar-benar tertarik kepada pesan yang diterima oleh mereka.

3. Membuka peluang untuk sumber daya manusia yang baru, guna berbagi ide-ide kreatif dalam pengemasan promosi yang seiring dengan perkembangan pasar.

4. Pihak pengelola TMII agar terus meningkatkan kerjasama dengan pihak lain dalam bentuk penyelenggaraan acara-acara di TMII, baik pihak pemerintah maupun pihak swasta guna memecahkan masalah dana untuk pelaksanaan promosi

5. Agar lebih gencar lagi melakukan promosi ke masyarakat melalui media-media yang sudah ada, karena banyak potensi-potensi TMII yang masyarakat banyak belum tahu.

5.2.2 Bagi peneliti selanjutnya

1. Sebaiknya mahasiswa yang ingin melakukan penelitian, terlebih dahulu melakukan studi pendahuluan pada perusahaan dimana akan melakukan penelitian, agar lebih mengenal lingkungan tempat akan meneliti.

2. Memperbanyak bahan-bahan, referensi buku dalam penyusunan penelitian, sehingga hasil penelitian selanjutnya akan semakin baik. Dan meningkatkan ketelitian dalam proses penyusunan, agar mengurangi kesalahan.

3. Menyaring dan menseleksi materi jika mendapatkan dari *internet searching*, karena tidak semua informasi yang didapat dari internet semuanya benar.