BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Setelah melalui proses analisis, observasi dan berbagai pembahasan, maka kesimpulan penelitian terhadap "Strategi Promosi Badan Promosi dan Pariwisata Kota Bandung (BPPKB) Melalui Transportasi Wisata Bandung *Tour On* Bus (Bandros) Dalam Meningkatkan Minat Wisatan Domestik" adalah sebagai berikut:

1. **Identifikasi *Target Audiens***, yang dipilih oleh Badan Promosi dan Pariwisata Kota Bandung (BPPKB) Melalui Transportasi Wisata Bandung *Tour On* Bus (Bandros) dalam Meningkatkan Minat Wisatawan Domestik adalah target dari semua kalangan baik anak-anak, remaja maupun dewasa. Bandros diperuntukkan bagi siapa saja yang ingin melakukan *tour* melihat Kota Bandung dengan cara yang berbeda menggunakan Transportasi Wisata Bandung *Tour On Bus* (Bandros). Tidak ada batas usia bagi wisatawan domestik yang ingin menggunakan Bandros, karena itu dapat dinikmati bersama keluarga maupun bersama teman datang ke Bandung. Tarif Bandros yang relatif murah mampu dijangkau oleh masyarakat baik dari kondisi ekonomi bawah, menengah maupun atas.
2. **Rancangan Pesan,** yang disampaikan oleh Badan Promosi dan Pariwisata Kota Bandung (BPPKB) Melalui Transportasi Wisata Bandung *Tour On* Bus (Bandros) dalam Meningkatkan Minat Wisatawan Domestik berupa pesan-

pesan yang memiliki unsur informatif dan persuasif. Pesan tersebut dapat memberikan informasi bagi para wisatawan domestik, mekanisme untuk menaiki Bandros dan ajakan-ajakan yang mampu menarik minat wisatawan domestik. Pesan dibuat dengan gaya bahasa yang mudah diterima dan dimengerti oleh para wisatawan domestik.

3. **Pemilihan Media**, yang digunakan oleh Badan Promosi dan Pariwisata Kota Bandung (BPPKB) Melalui Transportasi Wisata Bandung *Tour On* Bus (Bandros) dalam Meningkatkan Minat Wisatawan Domestik dapat menarik minat wisatawan. Beberapa media yang digunakan yaitu media sosial seperti *intagram, twitter,* dan facebook. Terdapat media lain juga seperti majalah dan televisi. Media tersebut dimanfaatkan untuk menyebarkan informasi dengan mudah dan cepat, selain itu juga tidak menelan biaya yang besar. Media-media yang digunakan telah menciptakan komunikasi yang baik antara admin dan wisatawan domestik.
4. **Strategi Promosi,** yang dilakukan oleh Badan Promosi dan Pariwisata Kota Bandung (BBPKB) melalui Transportasi Wisata Bandung *Tour On Bus* (Bandros) dapat menarik minat wisatawan domestik ke Kota Bandung. Hal tersebut terlihat dari antrian yang terjadi untuk mencoba Bandros, daftar reservasi yang *full book*, dan antusiasme wisatawan domestik yang ingin datang ke Kota Bandung mencoba Bandros.

5.2. Saran

Dalam penelitian yang dilakukan ini, peneliti harus mampu memberikan suatu masukan berupa saran-saran yang bermanfaat bagi semua pihak yang berkaitan dengan penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

A. Bagi Badan Promosi dan Pariwisata Kota Bandung (BPPKB)

1. Rancangan pesan yang disampaikan di desain dengan membuat bentuk animasi yang digemari anak, remaja maupun orang dewasa untuk menarik perhatian agar tidak monoton hanya berupa teks. Animasi yang dibuat tentunya dengan mencantumkan informasi yang mudah dipahami oleh wisatawan yang membacanya. Dimaksudkan agar hanya dengan sekali membaca dan melihatnya, informasi yang dibutuhkan dapat terpenuhi.
2. Media-media yang digunakan untuk promodi tidak hanya terfokus menggunakan media sosial saja, meskipun lebih mudah dan murah namun perlu ditambah dengan memanfaatkan media luar ruangan. Hal ini untuk menjangkau wisatawan yang lebih banyak dan besar lagi, informasinya juga dapat diterima bagi wisatawan yang tidak menggunakan media sosial. Untuk menjangkau wisatawan domestik yang merata ke seluruh Indonesia, dapat membuat iklan baik di surat kabar dan televisi.
3. Keberhasilan Strategi Promosi yang dilakukan oleh Badan Promosi dan Pariwisata Kota Bandung (BPPKB) dapat telihat dari antusias para wisatawan dan jumlah antrian setiap harinya, diharapkan kepada Badan Promosi dan Pariwisata Kota Bandung (BPPKB) dapat menurunkan seluruh armada Bandros yang dimiliki untuk memenuhi keinginan dari

para wisatawan yang ingin mencoba Transportasi Wisata Bandung *Tour On Bus* (Bandros). Menambah admin dan petugas dilapangan untuk memenuhi kebutuhan dan kecepatan informasi yang diberikan kepada wisatawan melalui media sosial. Selain itu, untuk menunjang proses pelaksanaan dilapangan dalam melayani wisatawan, sehingga dapat terkondisikan dengan baik, tertib, dan berjalan lancar.

4. Kondisi dilapangan juga perlu menjadi perhatian setelah mencapai tujuan dari strategi promosi. Strategi Promosi yang telah dilakukan dengan baik dapat menarik minat wisatawan domestik bertambah, diharapkan Badan Promosi dan Pariwisata Kota Bandung (BPPKB) dapat menyediakan tempat khusus sebagai pull Transportasi Wisata Bandung *Tour On Bus* (Bandros), sehingga para wisatawan domestik dapat menunggu giliran atau antrian Bandros dengan nyaman.

B. Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Peneliti yang akan melakukan penelitian selanjutnya, disarankan untuk mencari dan membaca referensi lebih banyak lagi sehingga hasil penelitian selajutnya akan semakin baik serta mendapat ilmu pengetahuan yang baru.
2. Peneliti selanjutnya bisa lebih mempersiapkan diri secara mental dan mampu berfikir kreatif dan inisiatif untuk mencari data dan informan yang dibutuhkan.

3. Penelitian tentang Bandros ini merupakan penelitian yang langsung berhubungan dengan Badan Promosi dan Pariwisata Kota Bandung (BPPKB) selaku Instansi yang mengelola. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya untuk dapat menjaga sikap dan perilaku ketika melakukan penelitian.