

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Promosi yang dilakukan tempat wisata Ogut Camp sebelumnya masih belum memikirkan *brand awareness*, sehingga butuh perancangan media promosi yang dapat meningkatkannya. Tahap bauran promosi yang harus dilakukan, yaitu tahap informatif, persuasif, dan reminder. Media sosial dan kerabat sering dijadikan sebagai referensi atau pusat informasi jika ingin berlibur. Konten video harus memiliki daya tarik bagi calon pengunjung, sehingga dibutuhkan video dengan sinematografi yang tepat. Foto dan media cetak juga dibutuhkan sebagai media pendukung. Youtube, Instagram, dan Tiktok adalah media sosial yang dipilih sebagai media digital. Media cetak akan diaplikasikan melalui *signage*, *merchandise* kaos, stiker, dan topi.

5.2 Saran

Konten pada media sosial dapat diteruskan dan dikembangkan sehingga menjadi pusat segala informasi tentang wisata berkemah di sekitar Ogut Camp. Talent pada video bisa memberi dampak penting, sehingga jika talent seorang *influencer* dapat memancing tahap persuasif. Video singkat untuk keperluan *reels* Instagram dan Tiktok diteruskan menggunakan audio yang sedang *trending* dapat memperluas jangkauan penonton.