

## **BAB IV**

### **Penutup**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan pengumpulan data dan hasil penelitian mengenai segala hal yang berhubungan dengan strategi promosi yang dilakukan oleh Kebun Binatang Gambiraloka melalui akun Instagram prosesnya yaitu perencanaan dan dilanjutkan dengan pelaksanaan promosi. Perencanaan promosi Kebun Binatang Gambiraloka dimulai dari menentukan target sasaran yaitu umur 18 tahun hingga 30 tahun. Hal ini dikarenakan kunjungan dari masyarakat dengan rentang umur tersebut masih kurang.

Tahapan perencanaan yang dilakukan Kebun Binatang Gambiraloka belum dilakukan dengan baik. Hal tersebut dikarenakan Kebun Binatang Gambiraloka tidak pernah melakukan evaluasi dalam promosinya melalui Instagram. Tidak adanya evaluasi yang dilakukan oleh Kebun Binatang Gambiraloka tentu sangat berdampak buruk untuk promosi melalui Instagram ke depannya.

Dalam promosinya melalui Instagram, Kebun Binatang Gambiraloka menggunakan bahasa yang santai namun jelas di setiap pesan di postingannya. Hal tersebut tentu sangat baik, mengingat Thisen Naido mengungkapkan bahwa pemahaman adalah hal yang harus diperhatikan dalam promosi melalui media sosial. Konsistensi Kebun Binatang Gambiraloka juga sudah sangat baik.

## **B. Saran**

1. Kebun Binatang Gembiraloka perlu secara aktif melakukan evaluasi hasil promosi yang sudah dilakukan. Hal tersebut sangatlah membantu dalam menentukan promosi ke depannya. Jika hanya mengandalkan penelitian dari mahasiswa tentu hal tersebut sangat kurang, mengingat tidak setiap bulannya belun tentu ada mahasiswa yang melakukan penelitian terhadap Kebun Binatang Gembiraloka.