

## BAB IV

### PENUTUP

#### A. KESIMPULAN

*Jogja Adventure Camp* menggunakan internet sebagai media untuk promosi selain karena basis dari beberapa personil *Jogja Adventure Camp* yang pernah menggeluti bisnis diarah internet, Jika dibanding promosi dengan media konvensional selain lebih murah internet memiliki cakupan yang lebih luas dan mendukung konsep marketing modern yang dapat membantu *Jogja Adventure Camp* mencapai tujuan utama dalam berpromosi. Strategi yang dilakukan oleh *Jogja Adventure Camp* dalam melakukan promosinya melalui internet adalah dengan menggunakan bauran yang terdapat dalam internet yaitu *advertising* yang didalamnya mencakup membangun link dan afiliasi, *Jogja Adventure Camp* melakukan *barter link* dengan *Tenda Jogja Adventure*. kemudian *public relation* yaitu melakukan hubungan dengan media, disini *Jogja Adventure Camp* mengirimkan rilis ke SMKN7 Yogyakarta. dan yang terakhir adalah *direct marketing* melalui pengiriman email yang mencantumkan identitas *Jogja Adventure Camp* serta pencantuman identitas di websitenya seperti alamat kantor, *contact person*. Selain itu didukung pula dengan media sosial dengan penggunaan *facebook* serta *twitter*.

Pada tahap perencanaan promosi peneliti masih melihat adanya kelemahan yaitu kurang efektifnya dalam mengidentifikasi target

audience, sehingga segmentasi pasarpun tidak bisa dilakukan secara maksimal karena hal ini hanya bisa dilakukan melalui riset baik itu secara *offline* maupun *online*. Serta belum adanya tahap evaluasi terhadap berbagai kegiatan promosi yang telah dilaksanakan oleh *Jogja Adventure Camp*. Sementara pada tahap eksekusi *Jogja Adventure Camp* kurang dalam aktifitas *Barter Link* dengan perusahaan lain, *Barter link* ini sangat efektif untuk menarik pengunjung web baru yang sebelumnya tidak tahu aktifitas yang dilakukan *Jogja Adventure Camp*.

## **B. SARAN**

Berdasarkan hasil temuan di atas, maka peneliti dapat memberikan beberapa saran bagi *Jogja Adventure Camp* adalah:

1. Segera melakukan analisa teoritik dan praktek dalam promosi, sehingga *Jogja Adventure Camp* bisa mengetahui kelebihan dan kekurangan mereka dalam melakukan promosi, sehingga kegiatan promosi menjadi maksimal..
2. Melakukan tahap evaluasi dan pelaporan terhadap segala aktifitas promosi yang telah dilakukan, sehingga dapat diketahui apakah rencana yang diimplementasikan sudah mencapai target atau belum sehingga dapat untuk pembelajaran dan progresifitas kedepan.

3. Lebih mengoptimalkan aktifitas *Barter Link* pada *Website* lain agar jumlah pengunjung *Website Jogja Adventure Camp* mengalami peningkatan sehingga keberadaan *Jogja Adventure Camp* dapat dapat diketahui oleh banyak orang