

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Dari hasil laporan “Strategi Perancangan dan Pembuatan Iklan Televisi Kebun Binatang Gembira Loka sebagai Media Promosi Informasi Persuasif Kepariwisataaan di Daerah Istimewa Yogyakarta” penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dengan strategi perancangan iklan televisi sebagai media informasi persuasif dapat digunakan metode-metode yang lebih efektif dan efisien dalam pembuatan Iklan Televisi Kebun Raya dan Kebun Binatang “Gembira Loka” Yogyakarta.
2. Strategi merancang daya tarik pesan iklan televisi yang tepat, mampu mempengaruhi komunikan untuk berkunjung dan merubah persepsi komunikan tentang “Gembira Loka” Yogyakarta.
3. Slogan “Bukan Sekedar Rekreasi” mampu menjadi pernyataan standar yang mudah diterima dibenak komunikan. Dimana pernyataan standar menerangkan suatu slogan yang ringkas, menarik perhatian, dan mudah diingat.

## 5.2 **Saran**

Dengan laporan tugas akhir ini, diharapkan dapat menjadi referensi, wacana dan wawasan bagi pembaca maupun peneliti ilmiah yang akan mengambil tema yang sama yaitu multimedia periklanan televisi ataupun seputar ilmu desain komunikasi visual dikemudian hari.

