

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Membangun ulang sebuah *brand* atau *rebranding* adalah langkah vital dalam bisnis pariwisata di tengah persaingan yang cukup ketat terkhusus wisata pantai. Diperlukan strategi bisnis yang kreatif dan inovatif, termasuk strategi *branding*, untuk menciptakan dan memperkuat kesadaran merek. *Branding* yang kuat memungkinkan sebuah *brand* dikenal dengan mudah dan memiliki tempat khusus di benak konsumen. Meski begitu, pemahaman tentang strategi *branding* masih perlu ditingkatkan oleh beberapa pelaku bisnis pariwisata, termasuk Pantai Ceria.

Perancangan *rebranding* Pantai Ceria dirancang mulai dari logo, konten promosi, media promosi hingga seragam dengan tema secara garis besar yang disesuaikan dengan positioning dan targetnya yaitu pantai untuk anak muda. Sehingga perancangan medianya harus menyesuaikan dengan gaya anak muda. Maka dari itu dengan *branding* yang dibentuk agar menjadi satu kesatuan diharapkan hasil dari perancangan Pantai Ceria dapat memperkuat kesadaran merek yang menempel di benak masyarakat, sehingga Pantai Ceria dapat bersaing dengan pantai-pantai lain yang berada di sekitar Pesisir Pandeglang.

6.1 Saran

Perancangan ini masih cukup jauh dari kata sempurna yang tidak menutup kemungkinan bahwa masih banyak kekurangan. Maka dari itu perancangan pada Pantai Ceria selanjutnya diharapkan menjadi semakin membaik oleh peneliti selanjutnya. Adapun saran yang diberikan kepada peneliti selanjutnya:

1. Memilih beberapa titik yang paling efektif untuk memasang media promosi yang lebih besar untuk menarik calon pengunjung
2. Memperluas promosi menggunakan media cetak ataupun online