

BAB IV

P E N U T U P

Demikian usulan perancangan ini dibuat untuk melengkapi media promosi bagi KRKB Gembira Loka dalam rangka untuk meningkatkan jumlah pengunjung.

Semoga hasil dari usulan perancangan ini dapat memberikan alternatif guna mendukung sarana rekreasi yang akan dipromosikan bagi calon konsumen / target audience, sehingga diharapkan mampu menstimuli target audience, dengan adanya media periklanan sebagai penunjang promosi penjualan.

Meskipun banyak memiliki kekurangan-kekurangan dan kelemahan-kelemahan, namun semoga usulan ini sedikitnya dapat memberikan manfaat.

DAFTAR PUSTAKA

Astrid S. Susanto, Komunikasi Dalam Teori dan Praktek I,
Bandung : Bina Cipta, 1977.

Ahmad S. Adnanputra, Pokok-Pokok Perencanaan Promosi,
Jakarta : t.p., t.t.

Basu Swastha, Azas-Azas Marketing, Yogyakarta : Liberty
1984.

Dendy Sudiana, Komunikasi Periklanan Cetak, Bandung :
Remaja Karya CV, 1986.

Suhardi Sigit, Y.B., Marketing Praktis, Yogyakarta :
Liberty, 1987.

Tata Krama Periklanan Indonesia, Intensive Advertising
Course, Jakarta : PPPI, Berita Buana, 1977.

Tim Leksikon Grafika, Leksikon Grafika, Jakarta : Pusat
Grafika Indonesia, Departemen P & K, 1990.

Soerjono Wirdjodiatmodjo, Konsepsi Marketing Modern dan
Tempat Advertising di Dalamnya, Intensive Advertis-
ing Course, Jakarta : PPPI, Berita Buana, 1977.

