

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai mengenai strategi komunikasi pemasaran dalam menarik wisatawan maka dapat disimpulkan bahwa: Strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai dalam menarik wisatawan pada tempat wisata lodok meler yaitu dengan menggunakan model komunikasi pemasaran terpadu yaitu *Advertising* dengan menggunakan media offline seperti poster, semboyan, dan leaflet dan menggunakan media sosial instagram, facebook, dan youtube dan untuk *Public Relations* Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai yaitu membangun relasi dengan masyarakat umum dan membangun relasi atau kerja sama dengan Kabuapten Manggarai Barat hal ini dilakukan guna untuk mempromosikan tempat wisata.

6.2. Saran

Setelah menganalisa dan menyimpulkan tentang Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai, penulis dapat memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai

Penulis berharap Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai lebih optimal dalam penggunaan media sosial khususnya facebook dan youtube guna untuk mempromosikan tempat wisata dan diharapkan lebih meningkatkan strategi promosinya melalui *public relations* seperti membangun komunikasi dengan selebgram dalam mempromosikan tempat wisata.

2. Bagi Almamater

Sebagai tempat pendidikan dan menimbah ilmu terkait komunikasi pemasaran khususnya terkait strategi-strategi dalam komunikasi pemasaran.

3. Untuk para peneliti berikutnya yang hendak melakukan penelitian tentang strategi komunikasi pemasaran disarankan agar bisa menggali lebih dalam mengenai strategi komunikasi pemasaran dengan menggunakan topik penelitian yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Amiruddin. 2016. *Metode Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Parama Ilmu.

Cangara Hafied. 2017. *Perencanaan & Strategi Komunikasi Edisi Revisi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Damanik, Phil Janianton. 2013. *Pariwisata Indonesia: Antara Peluang dan Tantangan*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.

Siyanto, Sando. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.

Jurnal:

Anang Sugeng Cahyono. *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia*. <https://journal.unita.ac.id>)

Diakses Pada 21 Juni 2022 Pukul 00.26 WITA

Sumiyati, Murdiyanto. *Strategi komunikasi Pemasaran Pariwisata Untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Pantai Suwuk Kabupaten Kebumen*. <https://journal.moestopo.ac.id>.

Diakses Pada 25 Mei 2022. Pukul 21.50 WITA

Suwari, Anthon. *Partisipasi Masyarakat Dalam Mewujudkan Kuningan Sebagai Kabupaten Konservasi*. <https://journal.uniku.ac.id>).

Diakses pada 21 Juni 2022 Pukul 00.32 WITA

Yosef Abdul Ghani. *Pengembangan Sarana Prasarana Destinasi Pariwisata Berbasis Budaya di Jawa Barat*. <https://ejournal.bsi.ac.id>

Diakses pada 20 Juni 2022. Pukul 22.35 WITA

Modul:

Anton, Darus 2014. Modul Metodologi Penelitian. Kupang

Internet:

Syahputra Yudhi. 2012. *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Menarik Konsumen Pada PT. Rajagrafindo Persada* <https://eprints.untirta.ac.id>

Diakses Pada 27 Mei 2022 Pukul 20.43 WITA

Septia Annisa. 2018. *Strategi Komunikasi Pemasaran Indihome Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan Di Kota Serang*. <https://eprints.untirta.ac.id>

Diakses Pada 27 Mei Pukul 20.50 WITA

Program dan Kegiatan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata www.manggaraikab.go.id

Diakses Pada 28 Mei 2022 Pukul 20.35 WITA

Media Cetak. <https://eprints.umpo.ac.id>

Diakses pada 20 Juni 2022 Pukul 23.00 WITA