

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang diuraikan pada bab v, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa festival danau kelimutu menjadi sarana efektif untuk memperkenalkan Kabupaten Ende kepada wisatawan domestik maupun mancanegara melalui komunikasi budaya, media promosi, serta keterlibatan berbagai pihak, termasuk pemerintah, komunitas adat, dan masyarakat lokal. Proses komunikasi dalam *city branding* tercermin dalam berbagai bentuk pesan yang disampaikan, baik melalui simbol budaya seperti tarian, musik, dan ritual adat, maupun melalui media massa dan digital yang memperluas jangkauan informasi tentang festival ini. Infrastruktur dan fasilitas pendukung yang terus berkembang juga memperkuat daya tarik wisata serta meningkatkan kenyamanan pengunjung, sehingga mendukung efektivitas komunikasi dalam membangun identitas Kabupaten Ende sebagai destinasi wisata unggulan.

Selain sebagai ajang promosi, festival ini juga berperan dalam edukasi dan pelestarian budaya lokal, menciptakan keterlibatan aktif masyarakat, serta mendorong pertumbuhan ekonomi daerah melalui pariwisata. Dengan demikian, festival danau kelimutu menjadi elemen penting dalam strategi *city branding* Kabupaten Ende, yang tidak hanya menonjolkan keindahan alam danau kelimutu tetapi juga memperkuat nilai budaya serta identitas daerah di mata publik yang lebih luas.

6.2 Saran

1. Bagi Masyarakat, diharapkan agar lebih terlibat dalam perencanaan bukan hanya dalam pelaksanaan saja dan lebih aktif dalam mempromosikan serta melestarikan budaya lokal yang ditampilkan dalam festival danau kelimutu. Selain itu, keterlibatan dalam pelestarian lingkungan serta pengelolaan wisata berbasis kearifan lokal perlu ditingkatkan agar festival dapat berkelanjutan dan memberikan manfaat ekonomi yang lebih luas.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat lebih mendalami efektivitas strategi komunikasi dalam *city branding* festival danau kelimutu, termasuk pengaruhnya terhadap peningkatan kunjungan wisata dan pemberdayaan ekonomi masyarakat. Selain itu, analisis peran media digital dan komunikasi visual dalam memperkuat *branding* festival juga menjadi kajian yang relevan untuk dikembangkan.