

## **BAB IV**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisa penelitian mengenai hal yang berhubungan dengan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Karimun dalam menarik minat pengunjung wisatawan Mancanegara. Dalam menempatkan sebuah tahapan strategi komunikasi pemasaran, Dinas Pariwisata Kabupaten Karimun melakukan serangkaian penyusunan rencana kerja untuk kedepannya. Dari hasil analisa yang dilakukan, peneliti menyimpulkan bahwa. Tahapan promosi yang dilakukan mengacu pada rencana kerja jangka menengah daerah, dan jangka menengah nasional.

Dalam sebuah tahapan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Dinas pariwisata Kabupaten Karimun program itu dilakukan atas dasar pengembangan daerah serta melakukan pembenahan obyek daya tarik wisata sehingga nantinya menjadi wisata unggulan.

Strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh dinas pariwisata dengan melakukan serangkaian analisis untuk melihat apa yang menjadi potensi/kekuatan, kendala/kelemahan, peluang/kesempatan dan tantangan.

Adapun dilihat dari hasil kunjungan wisatawan Mancanegara dari tahun 2010,2012 dan 2013. Jumlah kunjungan wisatawan Mancanegara terbilang terbilang masih rendah dikisaran 3 atau 4 dibawah yang lainnya.

Dinas Pariwisata Kabupaten Karimun menerapkan beberapa strategi komunikasi pemasaran yang layaknya itu semua bisa mewakili dari apa yang diharapkan. Adapun itu semua dipromosikan dengan menggunakan media-media promosi seperti, *sales support*, *public relations* dan *advertising*. Adanya strategi itu dilakukan dalam bentuk promosi melalui media seperti *leaflet*, *booklet*, *tourism map*, *tas promosi* serta *buku*. Hal lainnya yang dilakukan dengan promosi menggunakan media seperti *koran* dan *televisi* serta *website*.

Dinas Pariwisata Kabupaten juga menerapkan promosi dalam bentuk sebuah event sebagai salah satu sarana menarik minat kunjung serta memperkenalkan budaya yang ada di Kabupaten Karimun melalui event-event seperti *dangkong dance*, *sampan layar dan jong*, *perahu naga* dan lainnya

Strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan cenderung lebih ke pengadaan event dibandingkan dengan promosi melalui media seperti media massa, media cetak dan lainnya. Mengingat dan menghitung dari sebuah anggaran yang dikeluarkan untuk melakukan promosi sangatlah minim yang didapatkan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Karimun.

Promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata terbilang masih kurang dalam menarik wisatawan mancanegara dilihat dari tidak adanya promosi *outdoor advertising* atau *outdoor travel advertising*. Serta masih banyaknya kendala dalam melakukan promosi dilihat dari segi kurangnya pendanaan dalam hal melakukan promosi dan pengembangan obyek

wisata, yang mana pendanaan yang didapatkan dikelola juga untuk pengembangan obyek wisata untuk menjadikan obyek wisata yang kurang berkembang menjadi obyek wisata unggulan. Media promosi seperti website yang ditempatkan sebagai strategi komunikasi pemasaran dari Dinas Pariwisata Kabupaten Karimun, sering mengalami kendala dalam mengakses untuk mendapatkan sebuah informasi. Peran dari website itu sendiri sangatlah penting dilihat dari tujuan utama Dinas Pariwisata Kabupaten Karimun yaitu, untuk menarik jumlah kunjungan wisatawan mancanegara yang memungkinkan untuk wisatawan mancanegara yang ingin mendapatkan informasi tujuan wisatanya bisa diakses melalui website Dinas Pariwisata Kabupaten Karimun. komunikasi pemasaran yang dilakukan Oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Karimun dalam menarik wisatawan mancanegara masih terbilang kurang bila dilihat dari apa yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Karimun baik itu dari media-media promosi dan event-event yang diadakan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Karimun juga masih kurang untuk mempromosikannya kepada wisatawan mancanegara dikarenakan, event yang diadakan di Negara luar tidak bisa tersampaikan sepenuhnya melihat dari pendanaan yang tersedia. Hanyabisa tersosialisasikan di Negara jiran tetang seperti Malaysia dan Singapura.

## **B. Saran**

1. Adanya tindakan yang lebih yang harus dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Karimun dalam pembenahan obyek wisata yang dinilai masih belum maksimal dan kurang. Sehingga nantinya obyek wisata yang tertinggal dan kurang terurus bisa menjadi daya tarik wisata dan menjadi wisata unggulan di Kabupaten Karimun dan nantinya Dinas Pariwisata Kabupaten Karimun bisa lebih fokus dalam melakukan promosi.
2. Penambahan sarana dan prasarana media promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Karimun baik itu dari segi media cetak maupun media massa.
3. Menjalin kerja sama yang lebih, baik itu dari pihak Daerah dengan pihak Provinsi dan Luar Negeri untuk pengadaan event daerah diadakan di Negara luar selain Malaysia dan Singapura.
4. Event yang dijadikan dalam strategi komunikasi pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Karimun harus lebih sering diadakan mengingat tujuan utama wisatawan Mancanegara.
5. Dinas Pariwisata Kabupaten Karimun harus melakukan pembenahan media promosi seperti website yang sering kalinya mengalami masalah dalam mengakses sebuah informasi dari website tersebut. Sehingga nantinya apabila website yang mengalami masalah sudah dibenahi maka, masyarakat luas bisa

mendapatkan serangkaian informasi yang ada pada wisata Kabupaten Karimun dengan mudah dan jelas.

6. Penambahan media promosi untuk outdoor advertising atau outdoor travel advertising seperti balliho, poster, papan reklame dan lainya yang bersifat penempatannya diluar ruang seperti di bandara, pelabuhan, jalan kota dan lainya.
7. Selanjutnya Dinas Pariwisata Kabupaten Karimun harus bisa menempatkan data-data analis sebagai acuan keberhasilan dalam melakukan komunikasi pemasaran.
8. Seharusnya Dinas Pariwisata Kabupaten Karimun menambahkan setidaknya satu tambahan dalam media promosi tersebut seperti Personal selling dengn bekerja sama agen travel. Sehingga setidaknya itu bisa membantu dalam hal promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Karimun.
9. Seharusnya tarian dangkong tidak hanya dilakukan di Negara jiran melainkan di Negara lain dan diperbanyak event-event untuk tingkat internasional.