

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Adapun kesimpulan yang didapatkan dari penelitian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Promosi melalui iklan (*Advertising*) sudah diterapkan oleh Dinas Pariwisata Kota Pariaman baik itu secara konvensional dan digital diantaranya : Spanduk, baliho, iklan melalui media sosial.
2. Promosi melalui penjualan (*Sales Promotion*) saat ini tidak lagi diterapkan karena terjadinya putus kontrak antara Dinas Pariwisata dan pihak ketiga yang membantu dalam penjualan dimana sebelumnya pihak ini menawarkan paket *bundling* yang bisa didapatkan oleh pengunjung.
3. Promosi melalui hubungan masyarakat (*Public Relation*) saat ini sudah diterapkan melalui keribatan duta wisata melalui ajang Cik Uniang-Cik Ajo yang rutin digelar menjadi media efektif untuk menyebarkan informasi dan meningkatkan awareness terhadap Pulau Angso Duo.
4. Promosi melalui media digital (*Digital Media*) saat ini sudah diterapkan dan cukup aktif dimana pihak Dinas Pariwisata menyiapkan konten yang akan diupload untuk setiap harinya. Adapun media digital yang digunakan yaitu instagram, tiktok, facebook dan youtube yang bernama Pariaman.tourism.
5. Promosi melalui penjualan langsung (*Personal Selling*) saat ini sudah diterapkan namun belum berjalan secara profesional karena ketiadaan sistem

pengelolaan yang terstruktur dari pemerintah daerah. Ketiadaan petugas loket yang konsisten membuka ruang bagi praktik informal, termasuk munculnya calo yang menjual tiket di atas harga resmi. Situasi ini tidak hanya merugikan wisatawan, tetapi juga berpotensi merusak citra destinasi Pulau Angso Duo.

B. Saran

Adapun saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

1. Dinas Pariwisata Kota Pariaman perlu mengembangkan strategi komunikasi pemasaran yang mencakup seluruh elemen IMC secara terpadu, agar promosi wisata tidak hanya mengandalkan media konvensional dan digital, tetapi juga memanfaatkan pendekatan langsung kepada konsumen dan insentif promosi.
2. Disarankan untuk merancang program promosi penjualan seperti potongan harga tiket, bundling paket wisata, atau hadiah bagi wisatawan agar minat berkunjung semakin meningkat, terutama saat low season.
3. Perluasan kerja sama dengan agen perjalanan, pelaku industri kreatif, serta media nasional dapat memperkuat jangkauan promosi dan memperkenalkan Pulau Angso Duo ke pasar yang lebih luas, baik nasional maupun internasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggoro, Gilang D., Amri Dunan, and Karman Karman. "Bauran Komunikasi Pemasaran Dalam Memasarkan Destinasi Wisata Alam Saat Pandemi COVID-19." *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media* 25, no. 2 (2021): 223. <https://doi.org/10.31445/jskm.2021.3787>.
- Atiko, Gita, Ratih Hasanah Sudrajat, and Kharisma Nasionalita. "Analisis Strategi Promosi Pariwisata Melalui Media Sosial Oleh Kementrian Pariwisata RI." *Jurnal Sositelknologi* 15, no. 3 (2016): 378–89.
- Blog. "Definisi Integrated Marketing Communication, Elemen, Dan Contoh Share:" *stickearn.com*, n.d. <https://stickearn.com/insights/category/blog/integrated-marketing-communication/>.
- Chano, T.M., Paramita, S. "Transformasi Komunikasi Politik Melalui Media Sosial Instagram (Studi Terhadap Akun @karyaadalahdoa)." *Koneksi* 3, no. 1 (2019): 176. <https://doi.org/10.24912/kn.v3i1.6201>.
- Damayanti,S., Chan,A., Barkah, C.S. "Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Image My Pangandaran Tour and Travel." *Jurnal Ilmu Manajemen* 9, no. 3 (2021). <https://doi.org/10.26740/jim.v9n3.p852-862>.
- Elisabeth Agita Sari, and Lina Sinatra Wijaya. "Strategi Promosi Melalui Direct Marketing Untuk Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 1 (2019): 16–27. <http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/2608>.
- Firmansyah, Muhammad Anang. *Buku Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan, Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media, 2020.
- Heryana, Ade. "Informan Dan Pemilihan Informan Dalam Penelitian Kualitatif." *Universitas Esa Unggul*, no. December (2020): 1–14.
- Hidayat, Putra Rahmat, Syafruddin Ritonga, and Agung Suharyanto. "Strategi Pemasaran Brothers Café Dalam Membangun Brand Image Bagi Pengunjung Di

Kota Medan.” *Jurnal Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik, Dan Ilmu Komunikasi* 2, no. 1 (2020).

<https://doi.org/https://doi.org/10.31289/jipikom.v2i1.151>.

Ismail, Machbub, Retno Murnisari, Jurusan Manajemen, Sekolah Tinggi, Ilmu Ekonomi, Kesuma Negara, Jl Mastrip, No 59 Blitar, and Jawa Timur. “Analisis Afektivitas Strategi Integrated Marketing Communication Guna Meningkatkan Kepuasan Konsumen CV Barisan Nyawiji Meubel Malang.” *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, no. Vol. 2 No. 1 (2017) (2017): 93–106. <https://journal.stieken.ac.id/index.php/penataran/article/view/321#>.

Jayanti, Nur Putri. “Pengembangan Objek Wisata Pantai Gandorah Kota Pariaman.” *Jurnal Pariwisata* 6, no. 2 (2019): 141–46. <https://doi.org/10.31311/par.v6i2.5691>.

Juska, J. M. *Integrated Marketing Communication: Advertising and Promotion in a Digital World*. Routledge, 2021.

Kusmiati, Yopi. “Promosi Pariwisata Sebagai Salah Satu Komunikasi Pemerintah Kota Pagaralam Sumatera Selatan.” *Promosi Pariwisata Sebagai Salah Satu Komunikasi Pemerintah Kota Pagaralam Sumatera Selatan Tourism*, 2007, 1–20.

Lestari, Nia. “Strategi Komunikasi Pariwisata Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Destinasi Wisata Alam Gomara Swiss Kabupaten Labuhanbatu Utara Tourism Communication Strategy in Increasing Visitor Interest In The Gomara Swiss Natural Tourist Destination, North Labuhan .” *Jurnal Kesejahteraan Sosial, Komunikasi Dan Administrasi Publik* 2, no. 2 (2023): 144–56.

Mayasari, Diannor. “Strategi Promosi Pariwisata Pulau Derawan,” no. c (2014): 1–43.

Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2017.

Moriansyah, L. “Pemasaran Melalui Media Sosial: Antecedents Dan Consequences.” *Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik* 19, no. 3 (2015): 187–96.

Nugraha, Ginanjar Indra Kusuma. “Analisis Dan Penerapan Bauran Promosi Pada Toko Adore Batam.” *IEEE International Conference on Circuit, Power and Computing*

Technologies, ICCPCT 2015, 2019.

Nurbani Aisyah, Siti, Rahmat Wisudawanto, and Hasbullah Azis. “Penerapan IMC (Integrated Marketing Communications) Oleh Pemerintahan Kabupaten Sukoharjo Pada Kegiatan Sukoharjo Expo 2023.” *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora* 2, no. 4 (2024): 61–74. <https://doi.org/10.47861/tuturan.v2i4.1219>.

Pendit Nyoman. *Ilmu Pariwisata. Akademi Pariwisata Trisakti*. pradyna pramita, 1999.

Primastika, Amalia Ayu. “Strategi Komunikasi Promosi Pariwisata Di Desa Wisata Kreet Kabupaten Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta.” *ISSN 2502-3632 (Online) ISSN 2356-0304 (Paper) Jurnal Online Internasional & Nasional Vol. 7 No.1, Januari – Juni 2019 Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta* 53, no. 9 (2019): 1689–99.

Putri, Rahma Adilla. “PENGARUH PERSONAL SELLING, KUALITAS PRODUK DAN VARIAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ORIFLAME PT. ORINDO ALAM AYU KOTA PEKANBARU.” *UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU PEKANBARU*, 2022.

Rismayanti. “Integrated Marketing Communications (IMC) Di PT Halo Rumah Bernyanyi,” 2016.

Santoso, E. D., and N Larasati. “Benarkah Iklan Online Efektif Untuk Digunakan Dalam Promosi Perusahaan.” *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia* 13, no. 1 (2019). <https://doi.org/https://doi.org/10.32812/jibeka.v13i1.99>.

Sitepu, E., & Sabrin, S. “Strategi Komunikasi Pariwisata Dalam Meningkatkan Minat Berwisata Di Sumatera Utara.” *Message: Jurnal Komunikasi* 9, no. 1 (2020): 28–44.

Sitepu, Elisabeth, and Sabrin Sabrin. “Strategi Komunikasi Pariwisata Dalam Meningkatkan Minat Berwisata Di Sumatera Utara.” *Message: Jurnal Komunikasi* 9, no. 1 (2020): 28–44.

Sugiyono, Djoko. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Penerbit Alfabeta. Bandung: Alfabeta, 2010.

Suriani, Nidia, Risnita, and M. Syahran Jailani. “Konsep Populasi Dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan.” *Jurnal IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam* 1, no. 2 (2023): 24–36. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.55>.

Wa’dah Habibatul, Nani Nurani Muksin. “Intergrated Marketing Communication Pada Nasi Kulit Malam Minggu.” *Educational and Cultural Studies* 2, no. 1 (2023): 388.

Widyastuti, Sri. *MANAJEMEN KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU*. FEB-UP Press, 2017.

Wikipedia. “Kawasan Konservasi Perairan Daerah Kota Pariaman,” 2023. https://id.wikipedia.org/wiki/Kawasan_Konservasi_Perairan_Daerah_Kota_Pariaman.

