

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan pada permasalahan yang telah dibahas dalam Bab I, khususnya poin pertanyaan penelitian, “Bagaimana strategi promosi Dinas Pariwisata Lombok Tengah dalam menarik minat calon wisatawan Desa Wisata Sade Tahun 2016-2017, maka pembahasannya dapat penulis simpulkan sebagai berikut :

Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah telah mengelompokkan target wisatawan berdasarkan karakteristik wisatawan (umur dan jenis kelamin) dan objek wisatanya (wisata konvensional dan wisata minat khusus). Adapun tujuan promosi yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah adalah untuk menarik minat calon wisatawan agar berkunjung ke Desa Sade, dengan tujuan akhir adalah peningkatan jumlah pengunjung.

Dalam menyampaikan pesan tentang Desa Sade, Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah menggunakan gambar-gambar dan ilustrasi di kalender *event*, leaflet, booklet, dan melalui tayangan ok google.

Saluran komunikasi yang dipilih adalah saluran komunikasi personal dengan memanfaatkan *event* pameran, *roadshow promotion* wisata, media *online* seperti *website*, *talkshow* di stasiun Radio maupun Televisi setempat, serta menyediakan guide bagi wisatawan yang berkunjung ke desa Sade.

Untuk saluran komunikasi non personal, Dinas Pariwisata Lombok Tengah melakukan kerjasama dengan media cetak maupun media elektronik untuk melakukan liputan mengenai desa Sade.

Penentuan anggaran promosi Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah menggunakan metode terjangkau. Metode ini menyebabkan anggaran tahunan yang tidak pasti, dan mempersulit perencanaan jangka panjang. Adapun instrumen promosi yang digunakan Dinas Pariwisata Lombok Tengah dalam mempromosikan Desa Sade adalah advertising (*billboard* dan *baliho*) *sales support* menggunakan materi promosi kalender event.

Tolak ukur keberhasilan promosi pariwisata Dinas Pariwisata Lombok Tengah adalah jumlah kunjungan wisata dalam setiap tahunnya dan keberhasilan pelaksanaan program promosi secara keseluruhan. Dalam upaya mengatur dan mengelola komunikasi yang terintegrasi, Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah secara aktif mengelola media sosial seperti *website* sebagai media untuk melakukan survey kepuasan pengunjung pada kolom yang disediakan dalam setiap media sosial yang ada.

Kekurangan strategi promosi Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah dalam mempromosikan Desa Sade pada belum dilakukan penelaahan secara mendalam terhadap karakter wisatawan dan membuat data mengenai hal tersebut, sehingga penentuan segmentasi khalayak sasaran dapat dilakukan secara optimal. Dinas Pariwisata Lombok Tengah belum penggunaan media promosi berskala nasional bahkan internasional untuk menjangkau target pasar yang lebih luas. Material promosi yang digunakan

hanya sebatas advertising dan *sales support*. Wisatawan mengetahui Desa Sade dari viral di internet. Wisatawan tidak mengetahui bentuk promosi yang dilakukan Dinas Pariwisata Lombok Tengah.

## **B. Saran**

Pelaksanaan Strategi Promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Lombok Tengah sudah banyak menarik minat wisatawan untuk datang berkunjung ke Desa Sade. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis, maka penulis memiliki beberapa saran diantaranya :

### 1. Untuk Dinas Pariwisata

- a. Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah perlu melakukan penelaahan secara mendalam terhadap karakter wisatawan dan membuat data mengenai hal tersebut, sehingga penentuan segmentasi khalayak sasaran dapat dilakukan secara optimal.
- b. Dinas Pariwisata Lombok Tengah hendaknya penggunaan media promosi berskala nasional bahkan internasional untuk menjangkau target pasar yang lebih luas.
- c. Menerapkan strategi promosi pendukung selain advertising dan *sales support*, seperti *public relations* dengan membentuk divisi khusus kehumasan.

### 2. Untuk Peneliti Selanjutnya

- a. Peneliti selanjutnya dapat meneliti mengenai keunikan destinasi dalam membentuk *destination image* dan pengalaman yang dirasakan

wisatawan selama berkunjung agar pemasar destinasi dapat menyusun strategi pemasaran.

- b. Unit analisis yang digunakan yaitu kepada wisatawan domestic maupun mancanegara untuk mengetahui perilaku pasca berkunjung ke Desa Sade.

