

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data, maka dapat diambil kesimpulan bahwa strategi promosi yang diterapkan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Banjarmasin dalam memperkenalkan wisata Pasar Terapung Siring Tendeand daya jual yang kompetitif sebagai salah satu tujuan wisata, yaitu objek wisata yang menawarkan nilai budaya dan sejarah.

Dalam hal tersebut, maka dibuatlah sebuah tahapan strategi perencanaan yaitu mengidentifikasi *audience sasaran*, merancang pesan yang akan disampaikan, memilih saluran komunikasi, mengalokasikan total anggaran, dan mengukur hasil promosi/ tahap evaluasi.

Bauran komunikasi yang dipilih Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Banjarmasin dalam memperkenalkan wisata pasar terapung Siring Tendeand adalah Periklanan (*Advertising*) yang meliputi pada penggunaan iklan *Below The Line* dan *Above The Line*, *personal selling* kemudian promosi dengan bentuk media online, serta kegiatan pameran (*exhibition*), *event*, hubungan masyarakat (*Public Relations*) dan penyuluhan sadar wisata.

Dalam hal penerapan promosi yang dipilih Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kota Banjarmasin peneliti menilai masih banyak kelemahan yang

menyebabkan kurang efektifnya sebuah penerapan perencanaan strategi promosi.

Kelemahan – kelemahan tersebut antara lain:

- a. Tidak adanya tahap evaluasi terhadap berbagai kegiatan promosi yang dilakukan.
- b. Pendataan yang tidak lengkap dari tahap evaluasi dan target audiens yang luas sehingga menyulitkan pada saat melakukan kegiatan promosi.
- c. Target sasaran *audience* yang tidak spesifik. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Banjarmasin menerapkan sasaran audiens secara menyeluruh (luas).
- d. Pada media online, yaitu *website* yang kurang menarik dari segi desain (*lay-out*) serta didalam *website* tidak ada pilihan bahasa lainnya.

Dengan terus meningkatkan aspek – aspek yang baik yang sudah dijalankan sambil melakukan perbaikan pada aspek yang masih mengalami kelemahan, maka sangat memungkinkan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Banjarmasin dalam memperkenalkan wisata pasar terapung Siring Tendeau dalam mencapai sasaran dan tujuan yang akan datang, yaitu kepariwisataan yang maju, adanya selalu pada peningkatan wisatawan yang berkunjung, serta mampu dalam meningkatkan pendapatan daerah dan menjadikan sumber pendapatan juga bagi masyarakat yang tinggal dikawasan wisata tersebut.

B. Saran

Setelah melihat proses pelaksanaan strategi promosi yang dijalankan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Banjarmasin dalam memperkenalkan wisata pasar terapung Siring Tendeau maka peneliti memiliki beberapa saran seperti berikut:

1. Melakukan tahap evaluasi dan pelaporan terhadap segala aktifitas program promosi yang dijalankan, agar mengetahui apakah rencana dalam mengukur tingkat keberhasilan program sudah dijalankan dengan baik atau belum, sehingga menjadikan pembelajaran dan progresifitas untuk kedepan.
2. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Banjarmasin dalam hal sasaran target audiens sebaiknya melakukan pengelompokan target audiens yang ingin dituju, dalam hal ini dapat membantu dalam pemilihan pada bauran promosi yang akan digunakan yang sesuai dengan spesifikasi dari media yang akan digunakan.
3. Hasil dari penelitian menunjukkan belum maksimalnya pada pemanfaatan dari sejumlah media promosi yang dilakukan, seperti berikut:

a. Leaflet

Desain yang lebih menarik menurut peneliti sangat perlu digunakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Banjarmasin

dalam membuat cetakan brosur, *leaflet* maupun pada desain baliho agar informasi yang disampaikan maupun wisata yang di tawarkan bisa membuat calon wisatawan dalam hal ini bisa tertarik berkunjung pada tempat wisata pasar terapung Siring Tendean maupun objek wisata lainnya yang ada di kota Banjarmasin.

b. *website*

Tampilan *lay – out* yang di buat dengan semenarik mungkin agar dapat menarik calon wisatawan untuk melihat, kemudian adanya penambahan bahasa lain untuk memudahkan bagi wisatawan mancanegara pada *website* tersebut.

c. *public relations*

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Banjarmasin harus menciptakan atau memiliki divisi khusus dalam bidang *Public Relations*, agar semua fungsi dari kegiatan *Public Relations* dapat terlaksana dengan baik dan maksimal.

4. Peneliti menyarankan pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Banjarmasin untuk mengevaluasi terhadap bauran promosi yang dilakukan untuk dapat menilai tingkat keberhasilannya. Sehingga dapat menjadi bahan evaluasi dalam penggunaan bauran promosi yang akan datang.
5. Saran untuk peneliti selanjutnya untuk mencoba dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Megenai tentang tanggapan

pengunjung terhadap strategi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Banjarmasin dalam memperkenalkan wisata pasar terapung Siring Tendeau.