

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Kegiatan pembangunan yang berjalan di Maluku terhenti pada saat terjadi konflik SARA pada tahun 1999. Konflik yang terjadi melumpuhkan hampir semua sektor pembangunan di Maluku termasuk sektor pariwisata. Pembangunan pariwisata Maluku pasca konflik SARA oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Maluku aktif dilaksanakan sejak tahun 2004. Pembangunan pariwisata dilaksanakan dengan diawali pembangunan fisik yang rusak parah selama konflik terjadi, kegiatan pembangunan fisik ini kemudian dilengkapi dengan kegiatan promosi pariwisata Maluku kepada masyarakat nusantara dan mancanegara serta para investor.

Kegiatan promosi pariwisata yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Maluku pasca konflik SARA di tahun 2012-2013 melalui tahap-tahap perencanaan sebagai berikut tahap penetapan target audience, perancangan pesan, penentuan strategi, dan pemelihan bauran promosi.

Peran yang ingin disampaikan lewat program promosi Dinas Pariwisata dan kebudayaan propinsi Maluku tahun 2012-2013 adalah Maluku sebagai salah satu pilihan tempat wisata budaya. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Propinsi Maluku melalui tema “ Tahun Wisata Budaya” berupaya mengajak masyarakat untuk lebih mengenal budaya Maluku dan bahwa Maluku memiliki potensi budaya yang sama kayanya dengan potensi sumber

daya Alamnya. Kenyataannya dilapangan, pesan yang ingin disampaikan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Propinsi Maluku belum benar-benar secara optimal disampaikan melalui saluran komunikasi yang dipilih. Pemanfaatan sejumlah sarana komunikasi yang juga belum maksimal baik dari segi tampilan yang mencerminkan pesan yang ingin disampaikan maupun kuantitas dan kualitas pesan yang disampaikan.

Bauran komunikasi yang dipilih dalam promosi pariwisata Maluku tahun 2012-2013 adalah Iklan, *public relation*, serta keikutsertaan Maluku dalam sejumlah pameran pariwisata baik di dalam maupun di luar negeri yang juga belum optimal dalam pelaksanaannya. Sayangnya iklan, *public relation* dan keikutsertaan Maluku dalam pameran pariwisata nasional dan internasional pun belum berjalan secara optimal. Iklan *below the line* dan *above the line* yang dimanfaatkan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Propinsi Maluku belum benar-benar optimal baik dari segi jumlah yang disebarakan maupun konten dari iklan itu sendiri. Hasilnya, pemanfaatan bauran promosi semacam ini menjadi semacam keharusan saja karena telah digunakan di tahun-tahun sebelumnya tanpa ada perubahan berarti dan evaluasi dan perubahan agar iklan bisa lebih optimal menjangkau target *market*.

Dalam pelaksanaannya, kegiatan promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Propinsi Maluku selama tahun 2012-2013 sudah Optimal dalam peran serta pihak swasta untuk turut membantu pelaksanaan program promosinya.

Salah satu permasalahan yang juga muncul dalam pelaksanaan kegiatan promosi di Maluku adalah masalah keterbatasan dana pokok yang dikeluarkan untuk pelaksanaan kegiatan promosi, rasanya begitu mustahil jika dengan jumlah pokok yang sedikit per tahun digunakan untuk melakukan salah satu fungsi paling penting dalam kegiatan pembangunan pariwisata Maluku, yaitu kegiatan promosi. Apalagi untuk ukuran provinsi di tambah dengan fakta bahwa propinsi Maluku lebih “istimewa” dibanding Propinsi lain di Indonesia karena latar belakang konflik yang pernah terjadi di Maluku.

## **B. Saran**

Setelah melihat kepada proses pelaksanaan promosi yang oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Propinsi Maluku pada Tahun 2012-2013, maka peneliti memiliki beberapa saran sebagai berikut:

1. Melihat kepada terbatasnya kualitas Sumber Daya Manusia, agar Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Maluku dapat menjaring lebih banyak lagi Sumber Daya Manusia yang berkualitas dengan bidang ilmu yang sesuai atau menyiasati permasalahan ini dengan mengadakan sejumlah kegiatan penyuluhan dan pendidikan khususnya di bidang kepariwisataan. Kedepannya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan juga dapat meningkatkan kualitas pegawai dengan memberikan beasiswa peningkatan akademik bagi para pegawai khususnya untuk meningkatkan pemahaman kepariwisataan dalam kaitannya dengan pembangunan pariwisata di Maluku.

2. Melihat kepada masih terbatasnya anggaran yang diberikan kepada seksi promosi agar kedepannya anggaran lebih ditingkatkan dari segi jumlah agar pelaksanaan kegiatan promosi terutama promosi pariwisata ke luar negeri dapat berjalan secara maksimal karena kegiatan promosi pariwisata ke luar negeri bisa menjadi salah satu kegiatan penting untuk mempromosikan pariwisata Maluku kepada calon wisatawan atau investor di luar negeri.
3. Hasil penelitian yang menunjukkan masih belum optimalnya pemanfaatan sejumlah bauran promosi seperti iklan, public relation dan pelaksanaan promosi ke dalam dan luar negeri, untuk itu agar Dinas Pariwisata dan Kebudayaan mampu mengevaluasi lagi penggunaan media yang pernah ada, sebelumnya. Disesuaikan dengan target market yang ingin dijangkau sebaiknya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan lebih mengoptimalkan website dan jejaring sosial yang dimiliki. Selain itu kedepannya tampilan brosur, kalender, dan buku panduan wisata agar dibuat lebih menarik dibandingkan tampilan yang di cetak saat ini dengan penambahan jumlah yang disebarakan kepada masyarakat dan target market.
4. Perbaiki mutu dan peningkatan kualitas produk pariwisata agar lebih ditingkatkan lagi kedepannya. Perbaikan mutu dan kualitas produk pariwisata dapat dilakukan dengan memperbaiki kerusakan fisik yang masih ada dan memaksimalkan kerjasama dengan pihak-pihak pendukung pariwisata di Maluku. Pasca terjadinya konflik, banyak sekali obyek wisata dan situs budaya yang kemudian menjadi tidak