

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah bahwa Dinas Pariwisata dan pihak manajemen candi Borobudur telah menerapkan strategi komunikasi pemasaran dalam pembangunan dan pengembangan pariwisata. Sehubungan dengan strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan candi Borobudur menggunakan komunikasi pemasaran terintegrasi seperti strategi periklanan, promosi, hubungan masyarakat, penjualan pribadi, dan pemasaran langsung.

Dari penelitian ini ditemukan bahwa mempertahankan sebuah wisata tidak semudah yang dibayangkan, banyaknya kompetitor lain yang memaksa pihak manajemen berfikir lebih kreatif agar dapat bersaing dengan kompetitor lainnya. Semua strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu (Integrated Marketing Communications) telah dilakukan oleh pihak dinas Pariwisata. Bagian yang paling efektif dapat dilihat dari strategi promosi penjualan di mana Dinas pariwisata menjual keunikan alami yang merupakan salah satu keajaiban dunia yang menyimpan banyak makna dan filosofi yang terukir pada relief-relief candi yang jarang bisa ditemukan pada tempat lainnya. Pihak candi juga menyediakan fasilitas - fasilitas yang eksklusif yang khusus disediakan untuk para pengunjung sehingga memiliki daya tarik tersendiri dan memberikan pelayanan maksimal yang berbeda dengan yang lainnya.

5.2. Saran

Untuk mendukung penelitian yang lebih maksimal di masa yang akan datang, peneliti telah memberikan beberapa saran. Adapun saran yang disampaikan peneliti adalah:

1. Pihak Dinas pariwisata memperbaharui website yang ada supaya lebih menarik dan selalu diperbaharui informasinya sedetail mungkin tentang pariwisata di Kabupaten Magelang dan fasilitas yang tersedia, serta

aksesibilitas menuju objek wisata tersebut.

2. Perlunya ditambah tenaga ahli digitalisasi komunikasi pemasaran secara keseluruhan yang diperlukan untuk mengoperasikan media digital komunikasi pemasaran termasuk media sosial
3. Komunikasi pemasaran pariwisata lebih massif diadakan agar masyarakat lebih mengetahui berbagai macam objek wisata dan budaya lokal di Kabupaten Magelang di antaranya dengan lebih banyak mengadakan event-event di berbagai lokasi wisata di Kabupaten Magelang, selain itu juga lebih aktif dalam mengikuti maupun menyelenggarakan pameran wisata baik skala regional maupun skala nasional.
4. Diperlukan kerjasama yang lebih baik dari Pemkab Magelang, dinas-dinas terkait, pihak-pihak swasta dan lainnya sehingga terjalin komunikasi yang lebih harmonis