

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah Dari beberapa bauran tersebut, strategi yang digunakan Heha Ocean View adalah strategi hubungan masyarakat di mana terdapat 2 hubungan masyarakat di dalam Heha Ocean View yaitu internal dan eksternal. Strategi pemasaran langsung merupakan bentuk promosi secara langsung agar mendapat tanggapan secara langsung juga dari para konsumen. Strategi promosi penjualan di mana Heha Ocean View di sini menyediakan fasilitas yang bisa membuat konsumennya nyaman seperti menyediakan fasilitas yang menarik juga tempat yang unik untuk menikmati pemandangan sekitar. Dan yang terakhir strategi yang digunakan dari pihak Heha Ocean View adalah strategi penjualan personal dilihat dari cara karyawan yang berinteraksi langsung dengan para konsumen sehingga terjadinya pembicaraan mengenai konsumen yang ingin mengetahui kondisi wilayah Heha dan menanyakan hal-hal lain yang berkaitan dengan tempat wisata tersebut.

Dari penelitian ini ditemukan bahwa membangun sebuah wisata tidak semudah yang dibayangkan, banyaknya pesaing yang dimiliki Heha Ocean View memaksa pihak manajemen berfikir lebih kreatif agar dapat bersaing dengan kompetitor lainnya. Semua strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu (Integrated Marketing Communications) telah dilakukan oleh pihak manajemen Heha Ocean View. Bagian yang paling efektif dapat dilihat dari strategi promosi penjualan di mana Heha Ocean View melakukan promosi penjualan tidak dengan memberi diskon kepada para konsumennya, karena harga makanan dan minuman di kafe tersebut bisa di bilang murah dan itu juga bisa dikatakan sebagai harga mahasiswa. Hanya tetapi Heha Ocean View menyediakan fasilitas - fasilitas yang eksklusif yang khusus disediakan untuk para pengunjung sehingga memiliki daya tarik tersendiri yang berbeda dengan yang lainnya.

Heha Ocean View melakukan desain tempat yang unik bagi konsumennya, di

mana Heha Ocean View mempunyai dua tempat, baik di luar ruangan yang berada di bawah rindangnya pepohonan atau di dalam yang diteduhi oleh atap genteng khas warung kopi yang santai. Itu semua dilakukan oleh pihak manajemennya agar Heha Ocean View dapat dikenal baik di mata pelanggannya, dan juga bisa maju serta bisa bersaing dengan para kompetitor 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 Heha Ocean View segera melakukan salah satu strategi komunikasi yaitu Pemasaran langsung dimana penyampaian pesan dilakukan dengan cara broadcast message berupa ajakan untuk berwisata lebih luas di area Heha Ocean View.
2. Hendaknya Heha Ocean View untuk memaksimalkan strategi komunikasi pariwisata, Biro Promosi dan Pengembangan Pariwisata dapat diperkuat dengan mengadopsi atau melakukan pemeriksaan dengan menargetkan sumber daya manusia yang ada. Selain itu, kami mempekerjakan staf dengan keterampilan dan potensi di bidang periklanan seperti situs web untuk membuat media promosi lebih kreatif dan inovatif.
3. Pihak Heha Ocean View agar meningkatkan sarana dan prasarana pariwisata yang ada agar memenuhi kriteria kelayakan. Kedua, karena peneliti telah berevolusi dalam hal integritas data, observasi, dan konsep penelitian, peneliti masih menyadari kekurangannya, dan terus diupayakan pengembangan lebih dalam dari penelitian ini, semoga dapat dikembangkan lebih lanjut pada penelitian selanjutnya. Peneliti berharap ada penelitian lebih lanjut untuk lebih memperluas dan menggali konsep komunikasi pariwisata guna memberikan keluasan dan kedalaman penelitian terkait komunikasi pariwisata pada penelitian selanjutnya.