

BAB V

PENUTUP

Berdasarkan hasil dari pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya oleh peneliti pada Bab IV, maka pada Bab V peneliti akan berusaha memberikan penjelasan berupa kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata Kampung Wae Rebo oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Manggarai NTT”.

Kesimpulan

1. Strategi komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai mengacu pada strategi komunikasi yang berfokus pada pemasaran objek wisata Kampung Waerebo. Adapun beberapa strategi komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai adalah:

Strategi komunikasi pariwisata yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai mengarah kepada komponen dari elemen-elemen yang ada dalam *promotion mix*, cara yang dilakukan oleh Disbudpar dalam menerapkan konsep dari *promotion mix* adalah *Advertising* dengan menggunakan media luar ruangan dan media cetak sebagai prosesnya. Media luar ruangan yang digunakan untuk pemasaran adalah leaflet, sedangkan untuk media cetak menggunakan Brosur sebagai alat pemasaran untuk mempromosikan objek pariwisata Kampung Waerebo, brosur dibuat oleh Disbudpar dan Indecon. Selain *advertising*, promosi untuk pariwisata juga digunakan melalui *Personal Selling*, Disbudpar Kabupaten Manggarai tidak menjalankan secara langsung, hal ini terbantu oleh pihak yang bekerjasama dengan Disbudpar secara langsung yaitu dari Flores Exotic Tours selaku Travel Agent, Flores Exotic Tours menjual Kampung Waerebo dalam daftar paket wisata yang mereka tawarkan pameran pariwisata terbesar didunia yaitu ITB

Berlin (*Internationale Tourismus-Börse Berlin*) yang berlokasi di Berlin, Jerman. Event tersebut dihadiri oleh banyak perusahaan yang bergerak dibidang pariwisata. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai juga menggunakan konsep dari *promotion mix* yaitu *Interractive Marketing*, dalam hal ini Disbudpar memanfaatkan kecanggihan teknologi saat ini untuk melakukan strategi pemasaran dengan membuat situs website, isi dari situs website adalah memberikan informasi yang terdapat pada objek wisata Kampung Waerebo dan sarana untuk bisa berinteraksi dengan para wisatawan yang membutuhkan informasi lebih lanjut tentang Kampung Waerebo, selain dari website, media sosial juga tak luput dari pemasaran, GenPi atau Generasi Pesona Indonesia juga membantu dalam memasarkan objek wisata apapun termasuk Kampung Waerebo dengan memberikan konten kreatif dan sangat menghibur sehingga membuat para wisatawan ingin mengunjungi objek wisata tersebut. GenPi merupakan program dari Kementrian Pariwisata yang diisi oleh para konten kreator di media sosial.

2. Peneliti menemukan faktor pendukung dan penghambat dalam aktivitas berkaitan dengan komunikasi pariwisata yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai adalah sebagai berikut:
 - a. Ada beberapa faktor mendukung tersebut adalah Kampung Waerebo merupakan dikenal sebagai kampung di atas awan karena ketinggiannyadan kampung adat yang sangat unik memiliki adat dan budaya yang sangat menarik dan juga memiliki rumah adat yang sangat menarik dari bentuk bangunan yang masih mempertahankan warisan dari nenek moyang mereka sehingga menjadi suatu modal yang sangat berharga untuk potensi pariwisata sebagai contoh adalah dengan mendapatkannya penghargaan Award of Excellence, anugerah tertinggi dalam UNESCO Asia-Pacific Awards for Cultural Heritage Conservation 2012 di Bangkok. Adanya Lsm Indecone yang membina

Lembaga Pelestari Budaya Kampung Waerebo yang membantu kinerja dari Disbudpar yang membantu dalam mempromosikan pariwisata Kampung Waerebo serta membantu para masyarakatnya untuk bisa mengolah tempat tinggal mereka jadikan sebagai objek wisata dalam hal manajemen serta pengolahan sumber daya alam menjadi oleh-oleh yang khas mendapatkan penghasilan untuk kesejahteraan warga Kampung Waerebo yang tinggal disana. Kemudian ada GenPi yang turut membantu dalam hal pemasaran serta promosi Kampung Waerebo yang merupakan program dari Kementrian Pariwisata merupakan sebuah komunitas pariwisata yang terbesar di Indonesia yang didalamnya terdapat *vlogger, influencer, traveller, tourism journalist, dan influencer social media* yang memberikan informasi mengenai tempat atau objek pariwisata dengan cara yang kreatif dan unik dalam menyampaikan informasi tersebut sehingga cara ini efektif dalam menarik para wisatawan mancanegara maupun nusantara.

Flores Exotic Tours yang secara tidak langsung turut membantu yang menjadikannya sebagai faktor pendukung dalam aktivitas komunikasi yaitu *personal selling*, Flores Exotic Tours mengikuti pameran pariwisata terbesar didunia yaitu ITB Berlin yang bertempat di Berlin dengan melakukan penjualan secara langsung paket wisata yang mereka tawarkan yang didalamnya terdapat objek pariwisata Kampung Waerebo, hal ini cukup membantu Disbudbar dalam melakukan promosi yang dampaknya semakin meningkatnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kampung Waerebo.

- b. Faktor penghambat diantaranya adalah dari promosi *advertising* tidak terlalu efektif dalam menjalankan strategi komunikasi promosi karena hanya mengandalkan brosur dan leaflet tidak menggunakan media cetak yang lainnya seperti majalah koran ataupun baliho. Peneliti tidak

menemukan adanya penggunaan media elektronik seperti iklan di televisi dalam melakukan *advertising* sehingga membuat hal yang mereka lakukan memberikan dampak yang sangat minim bagi masyarakat. Peneliti menemukan bahwa Disbudpar saat ini sudah menggunakan internet dan media sosial dalam menjalankan strategi pemasaran namun Disbudpr hanya mengandalkan *website* resmi yang dirasa kurang efektif sedangkan dari media sosial hanya sekedar membuat akun namun tidak aktif dan Disbudpar hanya mengandalkan GenPi yang notabene hanya sebagai pihak yang membantu bukan pekerjaan dari Disbudpar itu sendiri. Belum terwujudnya *Direct Marketing* sebagai strategi pemasaran juga membuat tidak efektifnya pemasaran yang dilakukan karena *Direct Marketing* baru pada tahap proses perencanaan dan belum terealisasi. Penghambat lainnya yang sangat signifikan adalah keterbatasannya anggaran dana dalam menjalankan serta mengembangkan kegiatan promosi. Kurangnya SDM yang mengerti dan mampu menerapkan dengan sangat baik dan optimal dalam menjalankan konsep dari strategi komunikasi pemasaran pariwisata.

Promosi yang dijalankan belum berjalan secara optimal dan baik memperbesar peluang pariwisata Kampung Waerebo akan tersaingi oleh objek-objek wisata di negara lain atau di Indonesia sendiri yang sangat gencar dan sangat konsisten dalam memperbarui kreativitas dalam melakukan promosi pariwisata sehingga hal tersebut bisa saja menjadi penghambat dalam peningkatan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kampung Waerebo. Kemudian faktor penghambat yang lainnya adalah masalah dari kebersihan, seperti dalam penuturan narasumber, kebersihan menjadi faktor penting dalam terciptanya suasana yang nyaman dan kondusif, dan yang terakhir masalah yang dari tahun

ketahun menjadi penghambat yaitu insfratraktur khususnya jalan menuju objek wisata tersebut, jalan menuju objek wisata Kampung Waerebo bisa dibilang masih kurang baik, banyak jalan yang rusak dan licin justru membahayakan para wisatawan yang akan berkunjung ke Kampung Waerebo, tidak adanya perbaikan yang konsisten membuat para masyarakat yang ada di sekitar Kampung Waerebo maupun yang tidak mengeluh dan berharap segera dilakukannya perbaikan.

Keterbatasan Penelitian

Peneliti pasti memiliki keterbatasannya tersendiri. Keterbatasan pada penelitian ini, ditemukannya pada kurangnya data-data pendukung penelitian yang terdapat di lapangan, dalam hal ini tentu Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai. Dari data-data pendukung yang dimaksud yaitu berupa dokumentasi-dokumentasi (foto, data-data kegiatan, struktur kepanitian penyelenggara) yang kurang lengkap sehingga peneliti tidak mampu memaparkan ataupun mengolah data tersebut secara maksimal dan baik dalam penelitian ini. Kemudian peneliti belum sepenuhnya memiliki kapasitas yang cukup baik untuk mengolah dan memaparkan konsep dari komunikasi pariwisata sehingga data yang sudah diperoleh belum berjalan secara maksimal dalam mengolah data tersebut. Keterbatasan yang peneliti temukan dalam penelitian tersebut diharapkan bisa menjadi batu loncatan agar peneliti selanjutnya bisa lebih baik dalam memaparkan dan mengolah data tentang komunikasi pariwisata dan bisa mengembangkan secara lebih luas dan maksimal dari penelitian sebelumnya.

Saran

Demi menunjang penelitian yang lebih baik dan maksimal kedepannya peneliti memiliki beberapa saran. Saran yang ingin disampaikan sebagai berikut:

1. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai sebaiknya segera melengkapi salah satu elemen yang terdapat pada *promotion mix* yaitu *direct marketing*, karena penyampaian pesan melalui *broadcast message* merupakan salah satu penyampaian pesan yang sangat besar dan luas cakupannya kepada para wisatawan agar mau berkunjung ke Kampung Waerebo. Kemudian untuk Disbudpar Kabupaten Manggarai juga agar mampu menyempurnakan *advertising* dengan menggunakan media elektronik (tv dan radio) dalam menyampaikan pesannya agar lebih maksimal lagi dalam melakukan promosi. Untuk elemen *promotion mix* yaitu *internet marketing* seharusnya Disbudpar harus lebih ditingkatkan lagi karena pada saat ini era media sosial sedang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia, dan tidak lagi mengandalkan pihak ketiga seperti GenPi dalam menjalankan promosi tersebut, Disbudpar harus lebih kreatif lagi dan inovatif lagi dalam menjalankan promosi melalui media sosial (*instagram, facebook, youtube*) karena melalui platform tersebut sangat berpengaruh di-era global saat ini.
2. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai harus merekrut banyak SDM yang mempunyai latar belakang pendidikan pariwisata, karena staff dari Disbudpar peneliti menemukan tidak banyak yang berlatar belakang pendidikan pariwisata sehingga membuat kinerja dalam mempromosikan objek wisata kurang maksimal dan kurangnya pengetahuan tentang pariwisata. Selain itu Disbudpar juga harus melakukan *recruitment* SDM yang mempunyai skill dan potensi di bidang promosi seperti dalam membuat konten yang kreatif dan seorang *designer* yang handal dalam mengedit pada konten *advertising* dan media sosial agar promosi berjalan dengan sangat baik didukung dengan kreatifitas yang sangat menarik dan menarik minat para wisatawan yang berkunjung serta memaksimalkan fungsi dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata itu sendiri.

3. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai diharapkan mampu melakukan kegiatan *public relations* nya dengan baik, peneliti mewawancarai narasumber yang bersangkutan tidak ditemukan adanya kegiatan humas yang jelas dan baik, untuk itu Disbudpar perlu memahami serta menjalankan program kehumasaannya dengan baik agar membantu Kampung Waerebo dalam mempromosikan kepada khalayak luas dengan mengadakan festival budaya ke masyarakat luas agar masyarakat mengenal Kampung Waerebo dan menarik minat masyarakat maupun calon wisatawan agar berkunjung kesana dan itu tentunya membantu dalam kenaikan jumlah wisatawan.
4. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai diharapkan agar mampu meningkatkan sarana dan prasarana kepariwisataan yang baik seperti perbaikan insfratraktur jalan yang masih dianggap belum baik yang membuat rasa tidak nyaman kepada para wisatawan, diharapkan mampu memenuhi standart kelayakan yang baik agar bisa menguntungkan pihak-pihak yang lain yang berhubungan dengan pariwisata seperti masyarakat sekitar. Kemudian peneliti juga mengharapkan akan ada pengembangan dari segi kelengkapan data serta obeservasi dan konsep penelitian yang lebih berkembang pada penelitian selanjutnya karena peneliti merasa masih terdapat beberapa kekurangan dan pengembangan dalam menggali lebih dalam dari penelitian ini. Peneliti berharap akan ada peneliti selanjutnya yang mampu memperluas dan lebih mendalam dalam mengkaji konsep-konsep dari *communication tourism* pada penelitian selanjutnya.