



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kegiatan *event management* yang dijalankan dan dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Banten dalam memperkenalkan pariwisata di Provinsi Banten menggunakan tahapan-tahapan yang ada dalam teori komunikasi. Dalam kegiatan ini Provinsi Banten sebagai objek penelitian melakukan kegiatan promosi pariwisata yang ditujukan untuk mendatangkan banyak pengunjung, serta adanya pengenalan lebih dalam tentang wisata apa saja yang dimiliki oleh Banten. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh Banten sendiri mengacu kepada berbagai *event* yang sudah ada, namun *event* tersebut dikembangkan (disebut *support event*) menjadi lebih luas agar mendapatkan efek yang lebih di mata masyarakat.

Banten sendiri memiliki tujuan dalam pelaksanaan *Event* tersebut, selain untuk promosi pariwisata Banten, tentunya hal tersebut juga dapat memberikan kontribusi sebagai pemasukan keuangan di Banten. Semakin banyaknya yang datang ke Banten, tentunya akan semakin banyak orang yang mengetahui informasi mengenai pariwisata Banten yang ada.

Kegiatan promosi Banten tidak menggunakan media sosial sebagai salah satu alat promosinya. Namun Banten lebih memilih untuk melakukan kerjasama dengan pihak swasta maupun pihak keMentrian pariwisata dalam membantu melakukan promosinya, selain itu Banten juga menggunakan

promosi iklan di koran, majalah ataupun di beledo yang kiranya sering menjadi pusat perhatian orang banyak.

Dalam melakukan promosi tentu membutuhkan kegiatan *marketing public relations* yang dengan langsung membangun hubungan dengan berbagai perusahaan tempat tujuan wisata untuk membantu melakukan kegiatan promosi, serta adanya iklan yang ditampilkan dapat memberikan informasi lebih banyak kepada masyarakat untuk tujuan wisata. Menurut Whalen dan Harris strategi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Banten ini masuk dalam kategori *Pull Strategy*. Karena dalam “*Pull Strategy*” adanya kegiatan menarik ataupun membujuk dengan menggunakan kegiatan iklan ataupun promosi, yang nantinya akan menciptakan permintaan dari konsumen (*end users*). Dalam hal ini Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Banten menggunakan iklan dan promosi seperti “*Media Family Trip*” yaitu mengajak rekan-rekan media untuk datang dan menyaksikan keindahan alam yang ada di Banten yang menjadi unggulan dari Pariwisata Banten sendiri, selain itu melakukan kegiatan pameran pariwisata Banten yang berlangsung 5-8 November 2015 lalu di Tangerang City Mall dengan tujuan untuk memperkenalkan Budaya, dan tempat wisata tujuan kepada masyarakat luas dari luar Banten maupun mancanegara.

Mengacu kepada outputs dan hasil yang diharapkan dalam sebuah perencanaan kegiatan promosi, dapat disimpulkan bahwa strategi menggandeng media serta promosi (*special event*) merupakan strategi *marketing public relations* yang tepat dalam melakukan promosi pariwisata Provinsi Banten

yang ada. Meskipun demikian, strategi ini memiliki kekurangannya, yakni adanya ketidak selarsan antara kementerian pariwisata Indonesia dalam menjalankan strategi promosi dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Banten dalam melakukan kegiatan promosi. Disbudpar Banten hanya menggunakan beberapa strategi dari strategi yang telah ada dari kementerian, selain itu Disbudpar Banten masih belum mengikuti perkembangan zaman dengan menggunakan media sosial sebagai salah satu media promosi yang paling mudah dan paling murah biayanya.

Sedangkan bila di lihat dari kegiatan promosi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Banten seperti *special event* yang telah diselenggarakan secara berkelanjutan dan kegiatan menjadikan *event* sebagai salah satu kegiatan promosi yang pokok, strategi ini sudah cukup baik mendatangkan banyak wisatawan dari dalam maupun luar Banten. Dalam setiap *event* yang diselenggarakan Provinsi Banten selalu membuat *Core event* dengan *Support event* yang cukup jelas, tentunya untuk mempermudah masyarakat yang ingin datang dan berkunjung agar mengetahui berbagai kegiatan yang akan diselenggarakannya.

Kemudian, proses perencanaan program *event management* yang dijalankan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Banten (DISBUDPAR) dalam memperkenalkan pariwisata Banten telah bersifat statejik karena telah sesuai dengan ketujuh langkah yang termuat dalam model perencanaan dari *Goldblatt* yang disebut dengan nama *Models of*

*Global Planned Event*. Ketujuh langkah tersebut diantaranya : *Research, Design, Planning, Coordination, Evaluasi*.

## **5.2. Saran**

### **5.2.1. Saran Akademis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan dorongan penelitian lanjutan yang lebih komprehensif terkait topik serupa, mengingat adanya keterbatasan peneliti dalam mewawancarai Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Banten selaku narasumber utama dalam penelitian ini. Selain itu diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Banten dalam melakukan kegiatan komunikasi pemasaran yang lebih baik lagi dan lebih efektif dengan penerapan strategi-strategi dari keMentrian pariwisata sebagai acuan untuk memudahkan dalam melakukan kegiatan promosi.

### **5.2.2. Saran Praktis**

Dalam kegiatan promosi yang dilakukan diharapkan dapat memberikan kontribusi yang lebih signifikan dalam peningkatan pengenalan pariwisata Provinsi Banten. Selain itu diharapkan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Banten dapat memberikan informasi lebih tentang destinasi pariwisata yang ada di Banten. Menambahkan informasi mengenai kalender *event* , seperti yang telah dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Solo dalam

pengembangan kalender *event* nya. Harapan kedepannya adalah Banten dapat menggunakan media sosial, untuk pendekatan yang lebih kepada masyarakat yang dituju. Selain itu media sosial juga merupakan salah satu media yang cukup penting saat ini, karena keberadaannya dapat memberikan dampak yang cukup baik dikalangannya. Serta penyebaran informasi dari penggunaan media sosial sangatlah lebih cepat dibandingkan dengan media konvensional.



UMN