



### **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

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

DISPARPORA Bangka telah melakukan komunikasi pemasaran terpadu melalui berbagai kanal komunikasi. Dapat dikatakan DISPARPORA Bangka telah mengarah ke *Integrated Marketing Communication. Promotion tools* yang paling banyak digunakan oleh DISPARPORA Bangka adalah melalui *internet marketing* seperti pemanfaatan *website* dan sosial media dalam memasarkan produk pariwisata ataupun event yang akan diselenggarakan. Dalam melakukan pemasaran melalui internet marketing, anggaran yang digunakan tidaklah sebanyak dengan melakukan pemasaran melalui kanal komunikasi yang lainnya seperti periklanan yang harus mengeluarkan biaya yang lebih besar untuk melakukan suatu pemasaran.

Penggunaan kanal komunikasi oleh DISPARPORA Bangka masih belum optimal, karena ada kanal-kanal komunikasi yang terlihat kurang maksimal digunakan. Sebagai contoh, *advertising*. DISPARPORA Bangka sudah melakukan kegiatan promosi melalui periklanan, akan tetapi kegiatan periklanan tersebut menurut peneliti belum maksimal. Karena DISPARPORA Bangka tidak memiliki jangka waktu khusus dalam melakukan penayangan iklan, misalnya satu bulan

sekali menampilkan iklan di majalah, hal tersebut belum dilakukan oleh DISPARPORA Bangka.

Komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh DISPARPORA Bangka pada akhirnya membuahkan hasil. Karena dilihat dari data jumlah kedatangan wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara yang meningkat setiap tahunnya. Kemudian, mengingat IMC merupakan strategi yang memanfaatkan berbagai kanal komunikasi secara maksimal yang penyampaian *tone* dan *objectives*-nya senada atau sama. Dengan kata lain, kanal-kanal komunikasi yang digunakan dipertimbangkan atas dasar kebutuhan dan kemampuan dari suatu institusi tersebut. Hal ini terbukti dengan berhasilnya DISPARPORA Bangka dalam menarik minat wisatawan asing ataupun lokal.

## 5.2 Saran

Sehubungan dengan simpulan yang telah dijabarkan sebelumnya, terdapat beberapa saran yang semoga bermanfaat bagi DISPARPORA Bangka, yaitu:

1. DISPARPORA Bangka dalam menggunakan kanal-kanal komunikasi dalam kegiatan promosi, haruslah maksimal pada setiap masing-masing kanalnya karena masing-masing dari kanal komunikasi tersebut memiliki fungsi yang berbeda. Jadi dengan penggunaan kanal komunikasi yang maksimal ini bisa mendapatkan hasil yang maksimal pula dalam komunikasi pemasaran pariwisata di Bangka.

2. Mengingat saat ini telah masuk dalam dunia *digital marketing*, penggunaan *company website* menjadi sangat penting bagi masyarakat dalam mendapatkan informasi mengenai pariwisata yang ada di Bangka. Sebaiknya Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Bangka membuat satu *website* resmi yang menjelaskan mengenai institusi mereka dan lebih detail menerangkan informasi pariwisata yang ada di Bangka karena itu akan menjadi jembatan penghubung bagi DISPARPORA Bangka dan calon wisatawan dalam berbagi informasi.

3. Meski pada akhirnya DISPARPORA Bangka dapat menarik minat pengunjung dan meningkatkan wisatawan, namun tidak ada ruginya apabila upaya tersebut dilakukan lebih maksimal dan tersistem lagi. Dengan usaha yang lebih maksimal dan tersistem dengan baik, maka hasil yang baik akan mengikuti. Ketika strategi disusun dan diprogramkan secara lebih terstruktur dan tersistem, maka evaluasi dan *monitoring* akan lebih mudah dilakukan, sebab tujuan dari suatu strategi tersebut telah dipatok secara jelas, sehingga ada tolak ukur yang lebih jelas juga.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A