

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah peneliti lakukan, maka peneliti mendapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Proses *city branding* Kota Tua Padang yang dilakukan oleh Komunitas Padang Heritage telah berjalan cukup baik dalam penerapannya. Proses *city branding* yang peneliti temukan di lapangan sesuai dengan pengaplikasian dari model *city branding process* oleh Andrea Insch. Komunitas Padang Heritage mampu mengidentifikasi sejarah dan budaya di kota tua padang, Mengukuhkan Kota Tua Padang sebagai Destinasi Wisata Sejarah dan Budaya, Mengomunikasikan Kota Tua Padang sebagai Wisata Sejarah dan Budaya, dan Menjaga Konsistensi *City Branding* Kota Tua Padang
2. Komunitas Padang Heritage dalam mempromosikan Kota Tua Padang menggunakan komunikasi persuasif dalam pelaksanaannya Melalui komponen komunikasi persuasif yaitu *persuader*, pesan, *persuade*, saluran, *feedback*, dan efek menciptakan perubahan sikap pada wisatawan, yaitu kognitif, afektif dan perilaku. Hal ini sejalan dengan Teori Pemrosesan Informasi McGuire, sehingga membangun pemahaman, memengaruhi persepsi, dan mendorong wisatawan untuk berkunjung kembali ke Kota Tua Padang.

## 5.2 Saran

Berdasarkan analisis dan temuan penelitian, terdapat beberapa saran yang merekomendasikan peneliti untuk penelitian mendatang, yaitu:

1. Bagi pemerintah Kota Padang diharapkan dapat memperhatikan kondisi Kota Tua Padang dalam menunjang aspek *city branding* Kota Tua Padang. Lalu, mendukung legalitas kerja sama dengan Komunitas Padang Heritage dalam membangun *city branding* yang lebih kuat dan berkelanjutan. Serta, melakukan perbaikan pada bangunan cagar budaya yang ada pada Kawasan kota Tua Padang agar mendukung perjalanan wisata yang aman dan mengesankan.
2. Bagi penelitian selanjutnya, dapat memperluas cakupan dengan menganalisis kemampuan komunikasi pemandu wisata Komunitas Padang Heritage. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat membahas topik *destination branding* Kota Tua Padang oleh Komunitas Padang Heritage menggunakan pendekatan kualitatif.
3. Bagi Komunitas Padang Heritage, dapat memperluas informasi kegiatan Padang Heritage Walk kepada masyarakat luas (wisatawan) melalui *ads* yang ada di Instagram. Lalu, menjalin kerja sama lebih erat dengan Dinas Pariwisata, Dinas Kebudayaan, serta pelaku industri pariwisata seperti hotel, restoran, dan agen perjalanan. Kolaborasi ini dapat mendukung promosi yang lebih luas serta pengadaan fasilitas yang lebih baik bagi kebutuhan komunitas dan wisatawan di kawasan Kota Tua Padang.