

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada tahap wawancara, observasi, dan data yang diperoleh serta pembahasan yang telah peneliti lakukan terkait strategi *integrated marketing communication* dalam meningkatkan kunjungan wisatawan melalui *event* Festival Durian, peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Promosi Festival Durian di Kabupaten Solok Selatan menerapkan strategi *Integrated Marketing Communication* (IMC) secara menyeluruh melalui delapan elemen utama: *advertising, sales promotion, personal selling, public relations, direct marketing, digital interactive marketing, event & experience, dan word of mouth*. Setiap elemen dijalankan secara terintegrasi oleh berbagai pihak, mulai dari pemerintah daerah, OPD terkait, hingga komunitas lokal, untuk membangun kesadaran, keterlibatan, dan citra positif terhadap festival. Pendekatan ini tidak hanya memperluas jangkauan promosi secara formal dan digital, tetapi juga menciptakan pengalaman yang berkesan dan memperkuat hubungan emosional dengan audiens, sehingga menjadikan Festival Durian sebagai agenda pariwisata yang potensial dan berkelanjutan.
2. Festival Durian di Kabupaten Solok Selatan terbukti menjadi strategi promosi pariwisata berbasis *event* yang efektif dalam menarik kunjungan wisatawan dan memperkenalkan potensi lokal, khususnya

komoditas durian sebagai ikon daerah. Penyelenggaraan festival ini tidak hanya memberikan dampak positif terhadap peningkatan jumlah wisatawan, tetapi juga menghidupkan aktivitas ekonomi masyarakat serta memperkuat keterikatan sosial dan budaya. Meskipun demikian, keberhasilan ini masih menghadapi kendala seperti aksesibilitas jalan yang terbatas dan ketidakpastian jadwal pelaksanaan. Oleh karena itu, pengelolaan yang lebih terstruktur dan kolaboratif diperlukan agar Festival Durian dapat terus berkembang sebagai daya tarik wisata tahunan yang berkelanjutan.

5.2 Saran

1. Penyelenggara perlu memperkuat integrasi seluruh elemen IMC, khususnya *digital interactive marketing* yang masih memiliki peluang besar. Media sosial harus dioptimalkan dengan konten kreatif, interaktif, dan konsisten, melibatkan komunitas lokal, *influencer* daerah, serta anak muda kreatif yang akrab dengan tren digital dan mampu menghasilkan ide segar seperti *after movie*, konten kreatif, *behind the scene*, *highlight*, dan lain sebagainya. Koordinasi antar-OPD, pelatihan SDM, dan perbaikan akses jalan menuju lokasi juga penting. Jadwal festival sebaiknya diumumkan lebih awal, dan setiap rangkaian kegiatan perlu didokumentasikan serta diarsipkan dengan baik, lalu dipublikasikan kembali sebagai bahan promosi, arsip kegiatan, dan referensi untuk pelaksanaan di tahun berikutnya. Saat ini, festival cenderung terkesan sebagai agenda internal Dinas Pariwisata,

sehingga partisipasi aktif masyarakat perlu diperluas agar event benar-benar menjadi milik bersama.

2. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan dapat meneliti bagaimana strategi promosi Festival Durian dapat dilakukan secara berkelanjutan dengan membangun sistem promosi yang rutin, memperkuat media digital, dan melibatkan komunitas lokal agar promosi tetap berjalan sepanjang tahun dan tidak hanya menjelang acara.

