

BAB 5

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada penelitian yang berjudul “Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Lima Puluh Kota Dalam Mempromosikan Lembah Harau” yang sudah dipaparkan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Lima Puluh Kota (Disparpora) telah melaksanakan strategi komunikasi pemasaran yang berorientasi pada penguatan citra pariwisata daerah melalui pendekatan terpadu (integrated marketing communication). Strategi ini diterapkan melalui berbagai kegiatan promosi seperti penyelenggaraan event wisata, publikasi media cetak dan digital, serta kolaborasi dengan pelaku usaha dan komunitas lokal. Media digital seperti Instagram, Facebook, dan situs resmi pemerintah daerah digunakan sebagai kanal utama penyebaran informasi pariwisata dan interaksi dengan masyarakat. Melalui pendekatan tersebut, Dinas Pariwisata berhasil meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap potensi wisata Lembah Harau sebagai destinasi unggulan daerah.
2. Penelitian ini juga menemukan bahwa keberhasilan strategi komunikasi pemasaran sangat dipengaruhi oleh kolaborasi antar unsur hexahelix, yakni pemerintah, akademisi, pelaku usaha, komunitas, media, dan masyarakat. Kolaborasi ini memperkuat sinergi lintas sektor dalam pengelolaan narasi

pariwisata, meningkatkan inovasi dalam penyusunan konten digital, serta menumbuhkan partisipasi aktif masyarakat dalam mendukung pariwisata berkelanjutan. Secara akademik, penelitian ini memberikan kontribusi ilmiah berupa penerapan model komunikasi pemasaran publik berbasis kolaborasi hexahelix dalam konteks pariwisata daerah. Pendekatan ini memperkaya literatur komunikasi publik dengan menempatkan komunitas dan masyarakat sebagai bagian integral dari proses komunikasi pemerintah daerah.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada penelitian ini, maka peneliti memiliki saran dan masukan yang dapat diberikan bermanfaat sebagai berikut:

1. Bagi pihak Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Lima Puluh Kota disarankan untuk meningkatkan implementasi *direct marketing* dengan membangun dan mengelola *database* wisatawan guna mengirimkan pesan yang lebih personal, seperti melalui email atau WhatsApp. Strategi ini dapat meningkatkan keterlibatan audiens dan memperkuat hubungan langsung dengan pengunjung potensial. Selain itu, sales promotion seperti diskon tiket atau paket bundling antara layanan wisata dan pelaku usaha lokal dapat mendorong peningkatan kunjungan selama *event* atau periode tertentu. Untuk memperluas jangkauan promosi, Disparpora juga disarankan untuk memperkuat penggunaan media sosial dengan konten yang lebih kreatif dan berfokus pada audiens yang lebih luas, termasuk melalui kolaborasi dengan *influencer* lokal. Dengan demikian, strategi ini dapat membantu memperkuat citra Lembah Harau sebagai

destinasi wisata unggulan, sekaligus membangun hubungan yang lebih personal dan berkelanjutan dengan wisatawan.

2. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan pendekatan yang lebih luas, misalnya dengan mengeksplorasi hubungan antara elemen-elemen bauran komunikasi pemasaran dan pengaruh jangka panjangnya terhadap loyalitas wisatawan. Peneliti selanjutnya juga dapat mempertimbangkan untuk mengintegrasikan analisis kuantitatif atau pendekatan lain yang relevan guna memperkaya temuan.

