

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, komunikasi pemasaran Ekowisata Padang Jariah Lambung Bukit sudah berjalan dengan melibatkan pengelola, masyarakat, wisatawan, *influencer*, serta dukungan dari pemerintah, perguruan tinggi, dan NGO. Pesan yang disampaikan di Ekowisata Padang Jariah berfokus pada keindahan alam, pengalaman glamping, edukasi lingkungan, dan pemberdayaan masyarakat melalui berbagai saluran komunikasi seperti media sosial, platform daring, kerja sama *influencer*, promosi langsung, dan *word of mouth*. Sasaran utama dari promosi ini adalah wisatawan dengan minat khusus, seperti pecinta alam, pelajar, mahasiswa, serta wisatawan lokal maupun mancanegara.

Faktor pendorong komunikasi pemasaran ini yaitu partisipasi masyarakat, dukungan eksternal, serta pemanfaatan media digital yang memperluas jangkauan promosi. Namun, masih ada faktor penghambat seperti keterbatasan SDM dalam digital marketing, akses jalan yang sulit, jaringan internet terbatas, serta anggaran promosi yang minim.

B. Saran

Untuk memperkuat komunikasi pemasaran, pengelola Ekowisata Padang Jariah disarankan meningkatkan kualitas dan konsistensi promosi digital dengan melibatkan tim khusus atau pihak profesional, serta memperbaiki infrastruktur dasar seperti akses jalan dan infrastruktur digital untuk mendukung promosi. Selain itu, strategi jangka panjang berbasis evaluasi rutin perlu disusun. Kolaborasi lintas sektor dengan *influencer*, travel agent, komunitas pecinta alam, dan universitas juga perlu digencarkan guna memperluas jangkauan promosi secara berkelanjutan.'