

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Pariwisata oleh Pokdarwis Jorong Tanjung Atas dalam Mempromosikan Desa Wisata Kapalo Banda di Nagari Taram” maka peneliti memperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Pokdarwis Jorong Tanjung Atas menerapkan strategi komunikasi pemasaran terpadu dengan mengintegrasikan promosi digital dan aktivitas lapangan agar pesan Kapalo Banda tersampaikan konsisten, sejalan dengan prinsip *Integrated Marketing Communication*. Promosi bertumpu pada Instagram, Facebook, dan TikTok yang diperbarui rutin, dengan konsistensi identitas visual serta narasi kebersihan dan kenyamanan untuk memperkuat *brand recall*. Media sosial juga dimanfaatkan sebagai *direct marketing* melalui respons aktif terhadap pertanyaan calon pengunjung, terutama terkait kondisi lokasi. Jangkauan promosi diperluas lewat jejaring *public relations* melalui penandaan konten dan *repost* media lokal, serta didukung partisipasi pengunjung melalui *sales promotion* berbasis unggahan. Di lapangan, pelayanan ramah, pendekatan *emotional promotion*, serta kontrol satu pintu dan standar harga menjaga kesesuaian pengalaman wisata dengan janji promosi sehingga *word of mouth* tetap positif. Secara keseluruhan, promosi Kapalo Banda berjalan sebagai ekosistem yang menyinergikan kanal digital, jejaring publikasi, dan kualitas pengalaman wisata.

2. Pelaksanaan strategi tersebut menghadapi hambatan internal dan eksternal yang memengaruhi konsistensi promosi. Secara internal, keterbatasan SDM, beban rangkap, dan belum meratanya persepsi tentang pentingnya promosi membuat pengelolaan konten dan interaksi media sosial pada fase tertentu bergantung pada individu inti. *Content planning* yang masih situasional dan belum berkembangnya *website* juga menyebabkan informasi banyak bergantung pada tanya-jawab di media sosial dan memicu pertanyaan berulang. Secara eksternal, kendala muncul pada sarana prasarana dan amenities yang perlu pembenahan bertahap serta dinamika legalitas dan perizinan yang memerlukan koordinasi dengan pemangku kepentingan lokal. Faktor alam turut memengaruhi minat kunjungan ketika debit air menurun, sementara viralitas konten seperti masuk FYP dapat memicu lonjakan yang menuntut kesiapan pengendalian keramaian dan keselamatan. Meski demikian, Pokdarwis melakukan penyesuaian melalui pembaruan kondisi lokasi, pengelolaan ekspektasi pengunjung, penguatan tata kelola layanan melalui standar harga, dan selektivitas kolaborasi. Dengan demikian, efektivitas promosi Kapalo Banda ditentukan oleh kemampuan menyelaraskan kekuatan promosi dengan kesiapan operasional agar konsistensi pesan dan reputasi destinasi tetap terjaga.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah disimpulkan di atas, berikut saran-saran yang diberikan peneliti untuk dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak yang berkaitan dengan topik penelitian ini:

1. Pokdarwis Jorong Tanjung Atas perlu memperkuat keterpaduan promosi agar pesan Kapalo Banda tetap konsisten lintas kanal, dengan alur kerja promosi yang lebih jelas mulai dari tema konten, jadwal unggahan, hingga respons cepat kepada calon pengunjung sebagai bentuk *direct marketing*. Selain itu, Pokdarwis perlu menjaga konsistensi identitas visual dan narasi Kapalo Banda, termasuk penekanan kebersihan dan kenyamanan, agar citra destinasi stabil dan mudah diingat.
2. Pokdarwis Jorong Tanjung Atas perlu meningkatkan kapasitas pengelolaan promosi dengan memperjelas pembagian tugas dan memperkuat kekompakan internal, mengingat adanya keterbatasan SDM dan beban rangkap antara promosi digital dan operasional lapangan. Pokdarwis juga perlu merapikan pusat informasi resmi yang mudah diakses agar pertanyaan berulang di media sosial berkurang, misalnya memuat aturan kunjungan, alur satu pintu, standar harga, serta pembaruan kondisi lokasi.
3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas kajian mengenai penguatan citra destinasi Kapalo Banda, pola partisipasi warga dalam promosi berbasis komunitas, serta dinamika kolaborasi kelembagaan yang memengaruhi keberlanjutan strategi promosi. Penelitian lanjutan juga dapat menelaah keterkaitan antara promosi digital dan pengalaman wisata di lapangan dalam membentuk kepercayaan publik, termasuk bagaimana perubahan kondisi alam memengaruhi stabilitas promosi dan kunjungan.