

BAB V KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil adalah Dinas Pariwisata Kabupaten Bantul melakukan implementasi pada *marketing communication mix*. Dari lima komponen yang terdapat pada *marketing communication mix*, yang dilakukan oleh Dinpar Bantul adalah *advertising*, *personal selling*, *direct marketing* dan *public relation*, bentuk-bentuk tersebut dikombinasikan oleh Dinpar Bantul dalam kegiatan promosinya dengan tujuan dapat membantu Dinpar Bantul dalam memasarkan objek wisata dan mencapai target peningkatan jumlah pengunjung sesuai dengan PAD yang telah ditetapkan oleh DPRD, namun Dinpar Bantul tidak mengimplementasikan *sales promotion* karena posisi Dinpar Bantul sebagai komando tidak dapat masuk ke ranah yang lebih dalam. Bentuk promosi yang digunakan Dinpar Bantul dan memiliki dampak paling baik terhadap peningkatan jumlah pengunjung adalah bentuk promosi *advertising* dan *public relation*. Pertama, *implementasi marketing communication mix* yang dilakukan Dinpar Bantul pada bentuk *advertising* sangat disukai oleh *followers* atau pengikut media sosial Dinpar Bantul, hal tersebut dapat dilihat dengan jumlah like dan respon positif pada kolom komentar. Kedua, *Implementasi public relation* memiliki dampak peningkatan yang dinilai sangat baik, bentuk *public relation* yang digunakan oleh Dinpar Bantul adalah mengadakan event besar yang diadakan rutin setiap tahunnya dan event tersebut sangat diminati serta antusias masyarakat untuk datang pada acara event sangat baik karena event tersebut hanya diadakan satu tahun sekali maka dari itu sangat dinanti oleh masyarakat. *Implementasi marketing communication mix* dinilai berhasil untuk meningkatkan jumlah pengunjung yang berwisata ke Kabupaten Bantul sehingga PAD yang telah di tetapkan DPRD selalu tercapai.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Bagi penelitian selanjutnya, mengenai implementasi *marketing communication mix* ini dapat bermanfaat untuk memberikan kontribusi kepada ilmu pengetahuan dalam bidang ilmu komunikasi, khususnya mengenai implementasi komunikasi pemasaran perusahaan yang efektif terhadap peningkatan jumlah pengunjung pada sektor pariwisata. Penelitian ini juga diharapkan dapat dikembangkan oleh peneliti selanjutnya agar menambahkan wawancara narasumber khususnya wawancara pengunjung untuk melengkapi data penelitian.

5.2.2 Saran Praktis

Bagi Dinas Pariwisata Kabupaten Bantul, Penelitian ini diharapkan akan berfungsi bagi dinas untuk memperluas dan memperdalam bentuk-bentuk promosi *advertising, public relation, personal selling dan direct marketing* agar kenaikan jumlah pengunjung wisatawan terus berkembang. Bentuk *advertising* dan *public relation* diharapkan Dinpar Bantul tetap mempertahankan kualitas yang ada. Peneliti juga berharap Dinpar Bantul menambahkan fasilitas secara lengkap ke objek wisata selain pantai Parangtritis agar lebih menarik dan jumlah kunjungan terus meningkat tinggi seperti pantai Parangtritis, lalu diharapkan Dinpar Bantul dapat segera menambah SDM khususnya dibagian pemasaran, yang terakhir adalah diharapkan Dinpar Bantul mengembangkan promosi wisata bekerjasama dengan *influencer*.