

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Setelah penulis melakukan penelitian, penulis mendapati temuan-temuan dan menganalisis temuan-temuan tersebut pada bab sebelumnya, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa Disarpورا Kabupaten Magelang mengimplementasikan strategi komunikasi pemasaran berupa :

1. Iklan, dengan memanfaatkan media periklanan seperti media cetak, media digital, dan media luar ruang.
2. Promosi penjualan, dengan pemberian insentif jangka pendek seperti diskon, hadiah untuk pemenang lomba, dan asuransi.
3. Acara dan pengalaman, dengan mengadakan *event-event* seperti konser, festival kebudayaan, festival kuliner, dan pertunjukan kesenian.
4. Humas dan publikasi, dengan pemanfaatan media sosial dan *website* sebagai media publikasi, membuat majalah Suara Gemilang, bekerja sama dan membangun hubungan baik dengan para *stakeholder*.
5. Pemasaran daring dan media sosial, dengan memanfaatkan media sosial khususnya Instagram sebagai media promosi.
6. Pemasaran seluler, bekerja sama dengan Diskominfo Kabupaten Magelang dalam membuat aplikasi seluler yang bernama "Jelajah Magelang" yang dapat diakses di perangkat Android.
7. Pemasaran langsung dan basis data, dengan memberikan akses informasi kepada wisatawan secara langsung dengan mendirikan *Tourism Information Center (TIC)*.

8. Penjualan personal, dengan mengadakan pelatihan bagi pelaku wisata, *road show* wisata, dan *event One Day Tour*.

Metode pemasaran yang cenderung banyak digunakan adalah pemasaran daring dan media sosial khususnya melalui media sosial Instagram @officialwisatamagelang dikarenakan akses yang mudah bagi setiap kalangan, tidak terbatas ruang dan waktu, serta isi konten yang informatif dan dikemas secara menarik. Mayoritas konten yang ditampilkan adalah *user generative content* yang diproduksi oleh masyarakat dan komunitas Genpi.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang didapatkan dari penelitian ini, terdapat beberapa saran dari penulis, diantaranya adalah :

1. Secara akademik penelitian ini diharapkan dapat memberikan kajian ilmiah terkait implementasi teori bauran komunikasi pemasaran dalam bidang pariwisata. Penulis berharap penelitian ini dapat menjadi kesempatan penulis untuk menerapkan teori-teori yang telah didapatkan selama masa perkuliahan. Penulis berharap di masa depan terdapat penelitian serupa yang lebih mendalam dengan sudut pandang yang berbeda dan dengan objek penelitian yang lebih beragam.
2. Secara praktis penulis harap dengan penelitian ini dapat memberikan dampak positif bagi perkembangan pariwisata khususnya di Kabupaten Magelang. Penulis juga berharap Disarpورا Kabupaten Magelang dapat memperbanyak promosi DTW yang masih belum terlalu dikenal masyarakat dan selalu mengevaluasi setiap strategi yang digunakan dalam mempromosikan DTW di Kabupaten Magelang.