

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Implementasi bauran komunikasi pemasaran mempunyai peran vital dalam dunia pariwisata dalam hal ini desa wisata. Tanpa diterapkan bauran strategi komunikasi pemasaran yang tepat, maka desa sebuah desa wisata akan kalah bersaing dan tidak berkembang. Analisa ini juga didukung dengan media-media komunikasi pemasaran yang berkembang pada saat ini, diterapkannya media-media komunikasi pemasaran tersebut maka akan membantu dalam melaksanakan bauran komunikasi pemasaran secara mudah dan menarik. Berdasarkan hasil penelitian dan wawancara yang telah dilakukan peneliti, maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian yang berjudul "Implementasi Bauran Strategi Komunikasi Pemasaran Desa Wisata Brayut Sleman Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisata".

Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) desa wisata Brayut mengimplementasi bauran strategi komunikasi pemasaran hingga strategi tersebut dapat membuktikan suatu peningkatan kunjungan wisata.

Dari delapan elemen bauran komunikasi pemasaran yang diterapkan POKDARWIS desa wisata Brayut, terdapat tiga elemen bauran strategi komunikasi pemasaran yang sangat berpengaruh yaitu: iklan, acara, serta hubungan masyarakat dan publisitas.

Pertama, iklan yang dimana POKDARWIS Brayut melihat peluang media sosial yang berkembang pesat yaitu Instagram, TikTok, Website, Youtube. Konten-konten yang dibuat oleh POKDARWIS Brayut media sosial tersebut juga menarik dan

mengikuti konten yang sedang populer. Dengan demikian konten iklan tersebut dapat menjangkau khalayak luas dan meningkatkan *traffic* media sosial yang dimiliki desa wisata Brayut.

Kedua, acara yang dimana POKDARWIS Brayut rutin membuat acara ataupun berkerja sama dengan pihak pemerintah dan pihak swasta. Biaya yang ditawarkan, fasilitas dan akomodasi yang memadai membuat pihak lain tertarik berkerja sama dalam membuat acara di desa wisata Brayut. Agenda acara dalam satu tahun desa wisata Brayut setidaknya terapat satu hingga tiga yang dilaksanakan. Acara akan menghadirkan kesan tersendiri bagi pengunjung dan kesempatan pengelola untuk berinteraksi langsung dengan pengunjung yang datang.

Ketiga, hubungan masyarakat dan publisitas yang dimana POKDARWIS Brayut berupaya mengoptimalkan elemen ini untuk berkerja sama dengan pihak pemerintah dan swasta terkait berbagai produk wisata Brayut yang menjual. Selain itu upaya humas Brayut selalu menjaga citra baik desa wisata Brayut dari berbagai isu kurang sedap. Salah satunya berkerja sama dengan wartawan sehingga dalam beberapa kesempatan wartawan melakukan peliputan di desa wisata Brayut untuk publisitas diberbagai media.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan dalam penelitian berjudul "Implementasi Bauran Strategi Komunikasi Pemasaran Desa Wisata Brayut Sleman Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisata". Peneliti memiliki saran untuk ranah akademis dan ranah praktis, yaitu:

### 5.2.1 Saran Akademis

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa ilmu komunikasi berkaitan dengan implementasi bauran strategi komunikasi pemasaran terhadap meningkatkan jumlah kunjungan wisata di desa wisata.

### 5.2.2 Saran Praktis

POKDARWIS desa wisata Brayut diharapkan untuk mengunggah konten - konten menarik di media sosial yang dimiliki secara terjadwal agar kegiatan beriklan dapat lebih tertata dan atensi dari calon pengunjung terjaga.