

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kestimpulan

Penelitian ini mengungkap bahwa tradisi Lombe di Kepulauan Kangean mengalami perubahan dalam komunikasi pemasarannya. Pada masa lalu, penyebaran informasi mengenai tradisi ini sangat bergantung pada metode konvensional seperti komunikasi dari mulut ke mulut. Namun, seiring berkembangnya teknologi dan pemanfaatan platform digital, tradisi ini kini mulai diperkenalkan melalui berbagai saluran media sosial seperti Facebook, Instagram, TikTok, bahkan podcast.

Pemerintah daerah dan komunitas lokal telah mengambil peran aktif dalam proses digitalisasi promosi tersebut. Media komunitas lokal seperti Kangean.Net juga dimanfaatkan untuk menyebarkan informasi, menunjukkan adanya sinergi antara pelaku budaya dan teknologi informasi. Partisipasi masyarakat terlihat kuat dalam mendokumentasikan, menyebarkan, dan merayakan tradisi Lombe secara daring, yang memperkuat identitas budaya sekaligus membuka potensi baru dalam sektor pariwisata.

Meski demikian, pengembangan pariwisata berbasis Lombe belum berjalan optimal. Tantangan utama terletak pada terbatasnya infrastruktur, seperti akses transportasi dan fasilitas penginapan. Selain itu, belum adanya sistem evaluasi berkelanjutan serta kolaborasi yang kurang antara pemerintah, pelaku industri, dan masyarakat menghambat akselerasi pengembangan destinasi wisata ini secara menyeluruh.

Dengan kata lain, komunikasi pemasaran tradisi Lombe telah mengalami evolusi dari pendekatan lokal yang sederhana menuju sistem yang lebih terbuka dan digital. Namun, agar potensi tradisi ini dapat benar-benar dimanfaatkan secara berkelanjutan, dibutuhkan peningkatan kapasitas sumber daya manusia, perencanaan strategis yang inklusif, dan kolaborasi lintas sektor yang lebih intensif.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh, berikut adalah beberapa saran yang dapat diberikan untuk meningkatkan komunikasi pemasaran dan pengembangan pariwisata berbasis tradisi Lombe di Kepulauan Kangean:

### **5.2.1 Saran Akademis**

1. Penelitian ini menunjukkan pentingnya digital marketing dalam promosi pariwisata berbasis budaya. Penelitian lanjutan bisa menggali peran lebih dalam dari pemasaran digital.
2. Penggunaan teknologi digital harus mendukung keberlanjutan budaya dan lingkungan. Penelitian bisa mengeksplorasi hubungan antara pemasaran digital dan pariwisata berkelanjutan.

### **5.2.2 Saran Praktis**

1. Pemerintah perlu meningkatkan pemasaran digital dan kolaborasi dengan influencer untuk memperkenalkan tradisi Lombe lebih luas.
2. Perbaikan transportasi dan fasilitas penginapan penting untuk mendukung pengembangan pariwisata.
3. Memberikan pelatihan kepada masyarakat lokal dalam pengelolaan konten digital dan pemasaran untuk meningkatkan daya tarik Lombe sebagai destinasi wisata.