

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dalam penelitian ini berfokus pada strategi dinas pariwisata dan kebudayaan dalam meningkatkan jumlah kunjungan Pada Tradisi Pacu Jalur Sebagai Atraksi Wisata Budaya bahwa Dinas Pariwisata dan kebudayaan menggunakan media social sebagai bentuk untuk memperkenalkan dan meningkatkan kunjungan dari wisatawan Pacu jalur sebagai wisata Atraksi Budaya. Selain menggunakan media social Dinas Pariwisata dan Kebudayaan juga menggunakan strategi pendekatan dan mengikut sertakan tokoh masyarakat dan masyarakat sekitar dalam rangkain persiapan dan pelaksanaan kegiatan Pacu Jalur

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian Strategi Komunikasi Pariwisata Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan pada Tradisi Pacu Jalur sebagai atraksi wisata budaya Menurut Armstrong & Kotler (Keller, 2023) *marketing communication mix* adalah perpaduan khusus antara *advertising, public relations, personal selling, sales promotion, dan direct marketing* yang digunakan mengkomunikasikan nilai secara persuasif, serta membangun hubungan dengan pelanggan/wisatawan.

1. Advertising (Periklanan): Dinas Kebudayaan menggunakan media cetak untuk menginformasikan jadwal, lokasi, dan nilai budaya tradisi Pacu Jalur, dengan tujuan menarik perhatian publik.
2. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*): Dinas bekerja sama dengan pelaku usaha pariwisata dan UMKM lokal untuk menawarkan paket wisata menarik, termasuk diskon penginapan dan produk kerajinan.

3. Hubungan Masyarakat (*Public Relations*): Dinas menjalin kemitraan dengan media, komunitas budaya, tokoh adat, dan influencer untuk membangun citra positif Pacu Jalur.
4. Penjualan Personal (*Personal Selling*): Dinas menurunkan petugas informasi dan melibatkan pemuda lokal sebagai relawan untuk membantu wisatawan.
5. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*): Strategi pemasaran langsung melibatkan pengiriman undangan resmi ke berbagai instansi dan sosialisasi langsung ke sekolah, kampus, dan kelompok pemuda.

Dalam menerapkan strategi komunikasi untuk mempromosikan tradisi Pacu Jalur, Dinas Kebudayaan menghadapi sejumlah hambatan yang cukup signifikan. Salah satu hambatan utama adalah keterbatasan infrastruktur dan akses informasi di beberapa wilayah, terutama di daerah pedesaan yang belum sepenuhnya terjangkau oleh jaringan internet dan media digital. Selain itu, hambatan lain yang dihadapi adalah keterbatasan anggaran promosi dan sumber daya manusia yang memahami strategi komunikasi berbasis digital secara profesional.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi komunikasi pariwisata dalam meningkatkan jumlah kunjungan pada tradisi Pacu Jalur sebagai atraksi wisata budaya di Kabupaten Kuantan Singingi. Peneliti memberikan saran serta masukan sebagai berikut:

1. Optimalisasi Elemen Communication Mix.

Dinas Pariwisata Kabupaten Kuantan Singingi disarankan untuk lebih mengintegrasikan seluruh elemen dalam teori communication mix (periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan personal, pemasaran langsung, dan digital marketing) secara terencana dan konsisten. Hal ini penting untuk menciptakan komunikasi yang terpadu dan efektif dalam mempromosikan tradisi Pacu Jalur kepada khalayak luas.

2. Penguatan Promosi Digital dan Media Sosial

Mengingat tren perilaku wisatawan yang semakin digital, disarankan agar promosi Pacu Jalur difokuskan pada kanal media sosial dan platform digital seperti Instagram, TikTok, dan YouTube dengan menyajikan konten visual yang menarik dan informatif. Penggunaan digital marketing juga memungkinkan promosi yang lebih luas dengan biaya yang relatif efisien.

3. Penyusunan Kalender Promosi dan Publikasi Berkala

Disarankan agar kegiatan promosi Pacu Jalur tidak hanya dilakukan menjelang hari pelaksanaan, tetapi disusun dalam bentuk kalender promosi tahunan yang dilakukan secara berkala. Hal ini bertujuan untuk menjaga awareness dan ketertarikan publik terhadap event ini sepanjang tahun.

4. Kemitraan Strategis dengan Media dan Influencer

Dinas pariwisata perlu menjalin kerja sama lebih aktif dengan media massa dan influencer pariwisata, baik lokal maupun nasional, untuk meningkatkan eksposur tradisi Pacu Jalur sebagai atraksi wisata budaya yang unik dan berkelas dunia.