

BAB V

KESIMPULAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran Festival Budaya Pamalayu dalam Meningkatkan Wisatawan Oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Dharmasraya dapat diambil kesimpulan hasil penelitian:

1. Strategi komunikasi pemasaran festival pamalayu yang dilakukan oleh dinas pariwisata di antaranya yaitu, kampanye melalui media sosial, kampanye melalui media cetak, kerjasama lintas wilayah, dan kerjasama dengan masyarakat lokal.
2. Faktor penghambat strategi komunikasi pemasaran festival pamalayu yaitu, keterbatasan akses teknologi, Minimnya SDM, dan Ketidakpedulian atau Ketidaktahuan.
3. Dalam konteks strategi komunikasi pemasaran untuk Festival Pamalayu, teori komunikasi pemasaran memberikan kerangka yang mendalam untuk merancang pendekatan yang efektif. Teori *targeting* membantu mengidentifikasi *audiens* yang paling potensial untuk dijangkau, sementara teori *objectives* membantu dalam menetapkan tujuan yang realistis. Teori *positioning* membantu memposisikan Festival Pamalayu dengan cara yang menonjolkan keunikannya, dan teori *sequence of tools* membantu memilih alat komunikasi yang tepat. Namun, terdapat faktor penghambat yang dapat mempengaruhi implementasi strategi tersebut. Keterbatasan akses teknologi, minimnya SDM, dan ketidakpedulian masyarakat dapat menghalangi efektivitas strategi komunikasi. Terlebih, di daerah terpencil seperti di sekitar Festival Pamalayu, pemahaman tentang teknologi dan kemampuan komunikasi mungkin terbatas. Meskipun strategi komunikasi pemasaran telah dirancang dengan baik, tantangan ini perlu diatasi agar pesan festival dapat sampai dengan baik kepada masyarakat, khususnya yang berada di daerah terpencil.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang dihasilkan dari penelitian, peneliti memberikan beberapa saran Saran, yaitu :

1. Saran untuk Dinas Pariwisata Kabupaten Dharmasraya

Optimalkan Penggunaan Teknologi: Dinas Pariwisata perlu memperkuat upaya untuk memanfaatkan teknologi dengan lebih baik, terutama media sosial. Peningkatan konten menarik dan berinteraksi aktif dengan *audiens* akan membantu meningkatkan kesadaran dan partisipasi dalam festival.

Peningkatan Edukasi SDM: Dinas Pariwisata dapat mengadakan pelatihan dan workshop tentang teknologi dan komunikasi kepada masyarakat. Ini akan membantu mengurangi keterbatasan akses teknologi dan meningkatkan pemahaman masyarakat tentang potensi yang bisa didapatkan dari teknologi.

Intensifikasi Sosialisasi: Perlu adanya upaya intensif dalam mensosialisasikan Festival Pamalayu kepada masyarakat, terutama di daerah terpencil. Masyarakat harus benar-benar memahami konsep festival, manfaatnya, serta bagaimana mereka dapat berkontribusi dalam promosi acara tersebut.

2. Saran untuk Masyarakat

Aktif di Media Sosial: Masyarakat dapat memanfaatkan media sosial untuk mendapatkan informasi dan berpartisipasi dalam kampanye pemasaran Festival Pamalayu. Dengan mengikuti akun resmi atau menggunakan tagar khusus, mereka dapat mengakses konten terbaru dan ikut membagikannya kepada teman-teman.

Partisipasi dalam Kegiatan: Masyarakat perlu lebih aktif dalam berpartisipasi dalam kegiatan festival. Dengan terlibat langsung, mereka dapat merasakan sendiri manfaat budaya lokal dan memperkaya pengalaman wisatawan yang datang.

Peningkatan Pengetahuan: Masyarakat perlu membuka diri untuk belajar tentang teknologi dan kemampuan komunikasi. Ini akan membantu

mereka lebih mudah mendapatkan informasi tentang festival dan ikut berperan dalam kampanye pemasarannya.

Berbagi Informasi: Masyarakat dapat membantu dalam menyebarkan informasi tentang Festival Pamalayu kepada keluarga, tetangga, dan teman-teman. Dengan menjadi bagian dari tim promotor alami, mereka dapat berkontribusi dalam meningkatkan kesadaran dan minat terhadap festival.

Dengan mengadopsi saran-saran tersebut, Dinas Pariwisata dan masyarakat dapat bersama-sama mengatasi hambatan yang ada dan meningkatkan efektivitas strategi komunikasi pemasaran Festival Budaya Pamalayu, sehingga dapat menarik lebih banyak wisatawan dan merayakan warisan budaya lokal dengan lebih luas.

3. Saran Unsur-Unsur Komunikasi

a. Teori Targeting (Penargetan)

- 1) Identifikasi Segmen Wisatawan Potensial: Lakukan penelitian pasar untuk mengidentifikasi segmen wisatawan yang paling cocok untuk Festival Pamalayu. Apakah itu wisatawan budaya, petualang, atau keluarga? Apakah mereka lokal atau internasional? Dengan memahami profil audiens, maka dapat menyesuaikan pesan dan kegiatan yang sesuai dengan preferensi mereka.
- 2) Penyelarasan Dengan Kebutuhan Audiens: Pastikan bahwa semua aspek Festival Pamalayu, termasuk program, atraksi, dan promosi, sesuai dengan kebutuhan dan minat segmen wisatawan yang telah diidentifikasi. Ini akan membuat mereka merasa lebih tertarik untuk mengunjungi festival.

b. Teori Objectives (Tujuan)

- 1) Tentukan Tujuan Yang Jelas: Tetapkan tujuan yang spesifik, terukur, dapat dicapai, relevan, dan berbatas waktu (SMART) untuk meningkatkan jumlah wisatawan yang mengunjungi Festival Pamalayu. Misalnya, "Meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan sebesar 20% selama tiga tahun ke depan."
- 2) Tujuan Berdasarkan Segmen Wisatawan: Pertimbangkan untuk memiliki tujuan yang berbeda untuk setiap segmen wisatawan yang

telah diidentifikasi. Misalnya, tujuan untuk menarik lebih banyak wisatawan budaya dan tujuan yang berbeda untuk menarik lebih banyak keluarga.

c. Teori Positioning (Posisi)

- 1) Highlight Keunikan Festival: Identifikasi elemen unik dari Festival Pamalayu, seperti seni budaya, tradisi lokal, kuliner, atau atraksi khusus. Kemudian, gunakan informasi ini untuk menciptakan pesan pemasaran yang menonjolkan keunikan festival dalam benak audiens.
- 2) Perbandingan Dengan Kompetitor: Lakukan analisis persaingan dengan festival budaya serupa di wilayah atau di luar wilayah. Temukan cara untuk memposisikan Festival Pamalayu sebagai pilihan yang lebih menarik dan unik bagi wisatawan.

d. Teori Sequence of Tools (Urutan Alat):

- 1) Pilih Alat Komunikasi yang Tepat: Sesuaikan alat komunikasi pemasaran dengan segmen wisatawan dan tujuan yang telah ditetapkan. Ini bisa mencakup kampanye media sosial, situs web festival yang informatif, promosi berbasis konten, iklan daring, brosur, dan acara promosi offline.
- 2) Rencanakan Kampanye Bertahap: Atur kampanye komunikasi dalam rangkaian yang terencana dengan baik. Misalnya, mulailah dengan mengumpulkan perhatian melalui teaser online, lalu tindak lanjuti dengan informasi lebih lanjut, ulasan pengunjung tahun sebelumnya, dan penawaran khusus untuk memicu partisipasi wisatawan.
- 3) Pantau dan Evaluasi Hasil: Gunakan alat analisis untuk memantau kinerja kampanye secara berkala. Pantau tingkat partisipasi, respons audiens, dan perubahan dalam jumlah wisatawan. Dengan data ini, dapat menyesuaikan strategi komunikasi selama kampanye berlangsung.

Dengan menggabungkan teori-targeting, objectives, positioning, dan sequence of tools, maka dapat dirancang strategi komunikasi pemasaran yang lebih efektif untuk Festival Budaya Pamalayu, yang akan membantu

Dinas Pariwisata Kabupaten Dharmasraya meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung.