

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Masuknya dua destinasi andalan Kabupaten Banjarnegara sebagai nomine dalam Anugerah Pesona Indonesia 2021, yaitu Jembatan Khayangan sebagai destinasi unik dan Tikako sebagai destinasi kreatif, membuat Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara selaku pihak yang bertanggung jawab dalam mengelola seluruh kekayaan pariwisata di Kabupaten Banjarnegara, memiliki tugas untuk mempromosikan kedua nomine.

Dalam menyusun atau mendesain strategi promosi, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara melakukan proses komunikasi. Dikarenakan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara merupakan sebuah instansi yang menggunakan sistem kerja birokrasi, maka tahapan komunikasi dalam menyusun strategi promosi ini diawali dari Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara. Kemudian disampaikan melalui rapat kepada Kepala-kepala Bidang yang ada, seperti Bidang Pemasaran, Bidang Destinasi, Bidang Kebudayaan, dan Bidang Kelembagaan dan SDM Pariwisata. Selanjutnya, Kepala Bidang menyampaikan kepada staf di bidang masing-masing. Setelah itu, baru seluruh pihak yang akan dilibatkan dalam proses promosi ini, seperti staf dan karyawan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara, pengelola pariwisata, dan pihak-pihak lain dikumpulkan dalam sebuah rapat besar. *Leading sector* strategi promosi dalam event API Award 2021, sudah otomatis dilakukan oleh bidang pemasaran, akan tetapi seluruh elemen dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara juga dikerahkan, termasuk mahasiswa yang sedang melaksanakan magang.

Setelah proses komunikasi sebelum menyusun atau mendesain sebuah strategi promosi dilakukan, maka selanjutnya yang harus dilakukan adalah pelaksanaan strategi-strategi promosi tersebut. Strategi ini kemudian dianalisis menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*) yang dicetuskan oleh Kotler dan Keller (2016).

Terdapat empat unsur yaitu *product* (produk), *price* (biaya), *place* (tempat), dan *promotion* (promosi).

- (1) Produk yang dipromosikan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara pada event API Award 2021 adalah Destinasi Jembatan Khayangan yang masuk ke dalam nominasi destinasi unik dan Tikako yang masuk kategori destinasi kreatif;
- (2) *Price* (biaya) yang dikeluarkan masyarakat untuk mendukung Destinasi Jembatan Khayangan dan Tikako dalam event API Awards 2021 terdiri dari biaya *monetary*, yaitu adalah biaya untuk membeli pulsa dan kuota yang digunakan untuk *voting* melalui SMS maupun sosial media, serta biaya *non-monetary*, yaitu waktu, tenaga dan usahanya untuk ikut membantu mendukung dan mempromosikan.
- (3) *Place* (tempat) yang digunakan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara sebagai saluran promosi mereka adalah tempat-tempat yang strategis dan efisien seperti kedua destinasi wisata terkait, yaitu Jembatan Khayangan dan Tikako. Selain itu, juga memasangnya di tempat-tempat strategis di Kabupaten Banjarnegara, seperti Alun-alun Kota Banjarnegara, Kawasan Dataran Tinggi Dieng, dan di depan 23 kantor Organisasi Perangkat Daerah (OPD) dan 20 kantor kecamatan. Sosialisasi juga dilakukan di sekolah-sekolah dan perguruan tinggi yang ada di Kabupaten Banjarnegara.
- (4) *Promotion* (promosi) yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara dalam mempromosikan Jembatan Khayangan dan Tikako dalam event API Awards 2021 dikelompokan berdasarkan bauran promosi yang dicetuskan oleh Kotler dan Amstrong, yaitu terdiri dari periklanan melalui media luar ruangan seperti baliho, spanduk, dan flyer, serta media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *WhatsApp Group*. Kedua, melalui promosi penjualan secara tidak langsung, yaitu melalui event *giveaway* pada acara TravelTalk. Ketiga, dengan Hubungan Masyarakat (Publisitas) melalui artikel berita yang diterbitkan media online dan website-website resmi desa. Keempat, Penjualan Tatap Muka (*personal selling*) melalui nota dinas Bupati dan strategi *Word of Mouth* (WOM). Terakhir, pemasaran langsung (*Direct marketing*) dengan sosialisasi, baik secara kolektif, maupun *door-to-door*.

Dari keempat unsur tersebut, unsur yang paling penting dan menjadi prioritas adalah unsur *Promotion* (promosi). Karena, dengan promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara dapat menarik masyarakat untuk mendukung Jembatan Khayangan dan Tikako dalam event API Awards 2021. Kemudian, diikuti oleh *Product* (produk), *Place* (Tempat), dan yang terakhir *Price* (Biaya).

## **5.2. Saran**

### **5.2.1. Bagi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara**

- Mengevaluasi strategi promosi yang telah dilakukan, baik dalam event API Awards 2021 ini, maupun event lain yang dirasa tidak lagi efektif untuk diterapkan
- Melakukan inovasi dalam menentukan strategi-strategi promosi, supaya lebih menarik perhatian khalayak sasaran, khususnya masyarakat Banjarnegara
- Memaksimalkan kegiatan promosi yang akan dilakukan, supaya meraih hasil yang lebih baik lagi

### **5.2.2. Bagi Peneliti Selanjutnya**

- Pada saat melakukan prasurvei hendaknya mengumpulkan dokumentasi sebanyak-banyaknya
- Bagi peneliti yang hendak melakukan penelitian selanjutnya terkait objek penelitian yang sama, peneliti menyarankan agar meneliti strategi-strategi tersebut secara lebih mendetail.