

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

1.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang ada dapat disimpulkan bahwa: Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif kurang berperan dalam melakukan Promosi. Promosi yang dilakukan dinas kurang baik karena dipengaruhi oleh:

1) *Attention* (Perhatian)

Dalam mempromosikan iklan dinas hanya menggunakan media cetak dan media online. Sehingga masyarakat hanya mengetahui dari postingan teman - teman .

2) *Interest* (Minat)

Iklan yang dibuat dengan pesan yang tentang keindahan alam, fasilitas, susana obyek wisata, pelayanan tugas, dan event – event yang dilakukan.

3) *Desire* (keinginan)

Informasi yang dibuat sesuai dengan fakta yang ada di obyek wisata. Hal ini tentu sebagai salah satu unsur yang dapat menarik perhatian sehingga menimbulkan minat dan keinginan untuk mengunjungi obyek wisata.

4) *Action* (Tindakan)

Iklan yang dibuat belum berdampak bagi wisatawan khususnya daerah – daerah terpencil. Banyak wisatawan mengunjungi obyek wisata karena melihat pada postingan teman – teman yang tersebar dimedia sosial.

1.2 Saran

Bagi Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Timor Tengah Utara dalam mempromosikan Obyek Wisata Tanjung Bastian. Adapun saran peneliti, sebaiknya promosi pariwisata jangan hanya dikembangkan melalui media cetak dan media online, tetapi juga melalui media sosial seperti instgram ads, facebook ads dan youtube ads. Dengan adanya periklanan tersebut, Obyek Wisata Tanjung Bastian lebih dikenal oleh masyarakat yang berada didaerah – daerah terpencil.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Andi. Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- De Fleur, Melvin L (2008). *Theories of Mass Communication New York*: Longnam
- Desky, M.A. (1999). *Management Perjalanan Pariwisata*. Yogyakarta : Aidicitra Karya Nusa
- Djaslim Saladin. (2003). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Linda Karya.
- Effendy. (2003). *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Effendy, O.U. (1992). *Humas Suatu Studi Komunikasi logis*. Bandung : PT.Remaja Rosda.
- Freddy, Rangkuti. (2006). *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Karyono, H. (1997). *Kepariwisataaan*. Jakarta : Grasindo.
- Kesrul.M. (2003). *Penyelenggaraan Operasi Perjalanan Wisata*. Jakarta: PT Gramedia
- Kotler & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Marpaung, H. (2002). *pengetahuan kepariwisataan*. Bandung : Alfabeta
- Miles, Mattew B dan A. Michael Huberman. (2007). *Analisis Data Kualitatif, buku sumber tentang metode - metode baru*. Jakarta: Universitas Indonesia press.
- Miller, G. (1976). *Exploration In Interpersonal Communication*. London : Sage Publication.
- Moleong, L.J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Pendit, Nyoman S (1994). *Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta : Pradnya Paramita.
- Setyaningrum, Ari. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Plus Tren Terkini*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Stanton, W.J. (2001). *Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Suwantoro, G. (1997). *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta : Andi.
- Wahab, S. (2003). *Manajemen Kepariwisataaan*. Jakarta: Pradnya Paramitha
- Winardi, J. (2001). *Motivasi dan Pemoivasian dalam Manajemen*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Yoeti, O.A. (1996). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung : Angkasa

Jurnal :

- Christina Indriani Sianipar, Liyushiana dan Politeknik Pariwisata Medan. 2019. "Pemasaran Pariwisata Digital Oleh Pemerintah Kota Sabang" *Jurnal Darma Agung Volume Xxvii, Nomor 3, Desember 2019*.
- Dinda Puspa Prastiyanti, Yulianto. 2019. "Media Promosi Pada Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta Dalam Meningkatkan Kunjungan

- Wisatawan”. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation --*
- Vol 2. No. 2 October 2019
- Ekayanti dan Deddy Satria M. 2022. “Promosi Objek Wisata Pante Pangah Gampong Ierhob Kecamatan Gandapura Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan”. *Jurnal Jurnalisme. Vol 11. No 1 Februari 2022*
- Ferni Fera Ch. Wolah. 2016. “Peranan Promosi Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Kabupaten Poso”. *journal Acta Diurna. Vol 5. No.2. Tahun 2016*
- Rizki Andini Herat, Max R. Rembang, John Kalangi. 2015. “Peran Bidang Promosi Dan Pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Pulau Morotai Dalam Mempromosikan Potensi Pariwisata Kabupaten Pulau Morotai”. *e-journal “Acta Diurna” Vol IV. No.4. Tahun 2015*
- Rahmi, S. A. (2016). Pembangunan Pariwisata Dalam Perspektif Kearifan Lokal. *Reformasi, 6(1), 76–84.*

Sumber lain :

- Undang - Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan.
- Undang - undang Nomor 9 Tahun 2021 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataaan Daerah.
- Undang – Undang 1 Tahun 2021 Tentang Menteri Yang Menyelenggarakan Urusan Pemerintah Di Bidang Pariwisata.
- Undang – Undang Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintah Daerah