

BAB V

PENUTUP

C. Simpulan

Berdasarkan data yang diperoleh di lapangan dan setelah dikonfirmasi dengan teori yang dipakai, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

Strategi pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi, merupakan suatu langkah yang diterapkan dalam menyampaikan pesan tentang pariwisata Kabupaten Banyuwangi yang meliputi objek dan daya tarik wisata, wisata budaya, wisata alam, wisata petualang, wisata religi, wisata olahraga, berbagai atraksi wisata serta agenda sepanjang tahun dan berbagai event budaya dan kesenian untuk menarik minat wisatawan baik domestik, maupun asing agar berkunjung ke tempat - tempat wisata di Kabupaten Banyuwangi.

Strategi pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi, antara lain :

1. Periklanan

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata memasang iklan media elektronik, media cetak hingga perilsan aplikasi Android.

2. Promosi penjualan

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi pada tanggal 22 Maret 2014 mengundang 25 travel agent asal Jakarta, Yogyakarta dan Surabaya untuk mengunjungi tempat-tempat wisata alam di Banyuwangi selama 3 hari. Kegiatan ini bertajuk 'Discover Banyuwangi, Adventure and Experiences'. Kegiatan ini dilakukan untuk

memperkenalkan potensi Banyuwangi dan diharapkan juga akan berdampak terhadap pertumbuhan ekonomi kerakyatan di sekitar objek wisata.

3. Pemasaran langsung

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi menyelenggarakan event Banyuwangi Festival setiap tahunnya yang di dalamnya terdapat beberapa agenda dalam memasarkannya pada masyarakat maupun wisatawan.

4. Penjualan personal

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi telah melakukan pertemuan dengan beberapa perwakilan dari pemilik hotel, restoran dan agen travel. Mereka juga ikut dilibatkan dalam memasarkan wisata yang ada di Banyuwangi kepada wisatawan.

5. Hubungan masyarakat

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi telah melakukan sosialisasi dan pelatihan – pelatihan bagi masyarakat serta melakukan kerjasama dengan berbagai media massa untuk memperkuat citra Banyuwangi sebagai daerah tujuan wisata.

D. Rekomendasi

Dari hasil pengamatan yang dilakukan peneliti terdapat beberapa rekomendasi yang diharapkan dapat bermanfaat bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi, antara lain :

1. Strategi pemasaran yang diterapkan harus lebih mengutamakan kualitas dan efektivitas kegiatan pemasaran yang dapat meningkatkan frekuensi wisatawan.
2. Strategi pemasaran ini diupayakan tidak monoton memakai satu atau dua kegiatan pemasaran agar dapat meningkatkan minat wisatawan untuk datang ke Banyuwangi.

Sedangkan untuk Fakultas Dakwah dan Komunikasi program studi Ilmu Komunikasi :

1. Menempatkan Komunikasi Pemasaran dalam mata kuliah program studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
2. Meningkatkan ilmu pengetahuan tentang pemasaran.