

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat menggambarkan strategi komunikasi pemasaran pengelola wisata Pantai Kelapa untuk meningkatkan animo pengunjung hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi, yaitu: a) Periklanan, Wisata Pantai Kelapa dalam melakukan periklanan dari media sosial maupun secara langsung. Jika dari media sosial kurang konsisten dalam mengupload. Namun, dengan adanya saran dan perundingan dari pihak pengelola akan di kembangkan kembali dengan maksiamal. b) *Personal Selling* interaksi yang terjadi secara langsung membuatnya dapat mengamati reaksi wisatawan yang datang dan berkunjung sehingga sebagai pelaku wisata Pantai Kelapa.c) *Sales Promotion* (Promosi Penjualan) Berbagai paket yang disediakan oleh Pantai Kelapa dari mulai paket anak-anak sampai orang dewasa.d) *Public Relation* (Hubungan Masyarakat) Strategi yang digunakan yakni dengan menunjukkan sikap ramah terhadap setiap pengunjung terkait dengan turut membantu segala kepentingan publik atau pengunjung saat berada di lokasi, sehingga nantinya akan memberikan kesan positif pada pengunjung

Faktor pendukung memiliki objek wisata alami yang asri, sejuk, dan nyaman membuat orang terpesona datang ke lokasi wisata memiliki keasrian alam, Pohon Kelapa kearifan lokal yang menjadi istimewa dari Pantai Kelapa, Rasa penasaran wisatawan akan perkembangan wisata Pantai Kelapa, Tempat yang cocok untuk perkumpulan keanggotaan,

organisasi, reuni, keluarga, teman, sahabat, pacar atau perusahaan, Letak wisata Pantai Kelapa yang strategis dan tidak terlalu jauh dari kota. Faktor penghambat Promosi wisata Pantai Kelapa yang kurang konsisten dalam upload di media sosial seperti tiktok, instagram, wa, dan twitter, Tempat sampah yang kurang memadai di dalam wisata Pantai Kelapa membuat pengunjung membuang sampah sembarangan, dan Faktor cuaca mempengaruhi jumlah pengunjung wisata jika, cuaca buruk.

B. Saran

Peneliti memberikan saran terkait dengan penelitian ini dengan harapan bisa berguna bagi peneliti selanjutnya yang mempunyai pembahasan sama dengan penelitian ini, sebaiknya dapat meneliti tentang strategi komunikasi pemasaran lebih mendalam dengan mengumpulkan banyak responden agar data yang didapat lebih valid serta lebih kuat nantinya. Sebaiknya peneliti selanjutnya bisa menggunakan teori komunikasi pemasaran yang berbeda.