

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Penelitian mengenai penerapan *Integrated Marketing Communications* (IMC) oleh DISPORA Kabupaten Wonogiri dalam mempromosikan wisata Waduk Gajah Mungkur menemukan beberapa temuan kunci yang signifikan. Berdasarkan analisis data yang dilakukan, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

- a. Penelitian ini mengungkapkan bahwa strategi *Integrated Marketing Communications* (IMC) yang diterapkan oleh DISPORA Kabupaten Wonogiri dalam mempromosikan Waduk Gajah Mungkur telah berjalan efektif dan efisien. Beberapa elemen IMC seperti pemasaran dari mulut ke mulut (*word of mouth*), penggunaan media sosial (*Instagram* dan *Facebook*), serta konsistensi pesan antar-platform telah mampu membangun citra merek yang kuat dan menarik minat wisatawan.
- b. Penggunaan media sosial sebagai platform utama dalam strategi pemasaran DISPORA menunjukkan relevansi dengan tren digital saat ini. Konten visual seperti foto dan video yang menarik dapat secara signifikan meningkatkan minat dan ketertarikan calon wisatawan.
- c. DISPORA memastikan bahwa kampanye pemasarannya terintegrasi dengan baik antar-platform, menciptakan sinergi yang kuat dan konsistensi pesan. Konsistensi ini penting dalam membangun citra merek yang kuat dan membantu mencapai tujuan pemasaran yang lebih luas.
- d. Namun, penelitian ini juga menemukan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan DISPORA masih memiliki beberapa kelemahan. Salah satu kelemahan utama adalah belum diterapkannya promosi penjualan (*sales promotion*), yang dapat menjadi tambahan alat pemasaran yang efektif untuk meningkatkan minat wisatawan.

5.2. Saran

Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata (DISPORA) Kabupaten Wonogiri adalah lembaga Berdasarkan kesimpulan penelitian mengenai penerapan *Integrated Marketing Communications* (IMC) oleh DISPORA Kabupaten Wonogiri dalam mempromosikan wisata Waduk Gajah Mungkur, berikut adalah beberapa saran yang dapat diberikan:

- a. Meskipun strategi pemasaran yang diterapkan DISPORA cukup efektif, ada kelemahan dalam hal promosi penjualan. DISPORA dapat mempertimbangkan untuk menerapkan promosi penjualan seperti diskon, paket wisata khusus, atau program loyalitas untuk menarik lebih banyak pengunjung dan meningkatkan pendapatan.
- b. DISPORA dapat terus meningkatkan kualitas konten digital, seperti foto dan video, yang dipublikasikan di media sosial. Konten yang lebih kreatif dan informatif akan lebih menarik perhatian calon wisatawan dan meningkatkan keterlibatan mereka dengan destinasi wisata Waduk Gajah Mungkur.
- c. Memberikan pelatihan kepada staf pariwisata mengenai penggunaan teknologi digital dan media sosial dalam promosi wisata dapat membantu meningkatkan efektivitas kampanye pemasaran. Staf yang terlatih akan lebih mampu berinteraksi dengan wisatawan secara online dan memberikan pelayanan yang lebih baik.
- d. DISPORA dapat menjalin kerjasama dengan influencer atau blogger pariwisata yang memiliki pengikut banyak di media sosial. Kerjasama ini dapat membantu memperluas jangkauan promosi dan menarik lebih banyak pengunjung melalui rekomendasi yang mereka buat.

Dengan penerapan saran-saran tersebut, diharapkan DISPORA Kabupaten Wonogiri dapat meningkatkan efektivitas strategi IMC dan mengatasi tantangan yang ada, sehingga promosi wisata Waduk Gajah Mungkur dapat lebih optimal dan menarik lebih banyak wisatawan.