

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan mengenai “Strategi Komunikasi Pemasaran Desa Wisata di Kabupaten Pandeglang Banten (Studi Pada Bidang Pemasaran Desa Wisata Curug Rahong Kabupaten Pandeglang Banten). Maka peneliti dapat menyimpulkan sebuah kesimpulan. Bahwa pengelola desa wisata curug rahong sudah melakukan suatu kegiatan strategi komunikasi dengan efektif dan efisien untuk menjangkau kunjungan para wisatawan

Untuk menciptakan suatu hubungan yang erat dan baik dengan para wisatawan perlu dilakukannya suatu komunikasi yang konstan dan terus menerus, oleh karena itu pengelola desa wisata curug rahong melakukan suatu penjadwalan ketika menjalankan strategi komunikasi pemasaran. Hal itu bisa dilihat dengan aktifnya *social media* yang mereka gunakan seperti Youtube, Instagram mereka sering meng-*upload* kegiatan *event* yang sedang mereka kerjakan setiap 3 kali dalam seminggu. Kegiatan tersebut bertujuan untuk menumbuhkan rasa kepercayaan para wisatawan. dan juga mengirimkan *e-mail blast* setiap satu bulan satu kali. Selain itu, strategi komunikasi pemasaran yang dijalankan pengelola desa wisata curug rahong terbukti efektif dan efisien hal itu dibuktikan dengan naiknya jumlah kunjungan wisatawan yang didapatkan setiap tahun ke tahun berikutnya.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian dan kesimpulan yang sudah dilakukan dari judul Strategi Komunikasi Pemasaran Desa Wisata Curug di Kabupaten Pandeglang Banten (Studi Pada Bidang Pemasaran Desa Wisata Curug Rahong di Kabupaten Pandeglang Banten), saat ini peneliti akan memberikan kepada pengelola desa wisata curug rahong, pemberian saran ini bertujuan untuk memajukan ilmu pengetahuan khususnya strategi komunikasi pemasaran, yaitu sebagai berikut:

5.2.1 Saran Praktis

1. Dalam menjalankan bauran promosi *interactive/internet marketing*, sebaiknya pengelola desa wisata curug rahong untuk menaikan pengikut organik terhadap *platform* yang digunakan dalam *interactive/internet marketing*.
2. Memberikan pelatihan kepada seluruh pengelola desa wisata curug rahong dengan waktu yang berskala, untuk menjaga kualitas yang diberikan kepada para wisatawan.

5.2.2 Saran Akademis

1. Peneliti berharap untuk memajukan pengembangan ilmu pengetahuan terutama pada strategi komunikasi pemasaran, pada penelitian berikutnya tentang strategi komunikasi pemasaran dikaitkan dengan variabel yang berbeda dengan yang dilakukan peneliti, hal itu untuk memunculkan sudut pandang terbaru dari strategi komunikasi pemasaran.
2. Hasil dari penelitian ini dimanfaatkan dengan sebaik mungkin untuk pengembangan ilmu periklanan terutama pada pemilihan bauran komunikasi pemasaran dalam melakukan penyaluran pesan dengan efektif dan efisien.