

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Strategi Promosi Dinas Pariwisata Provinsi NTT Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Pantai Lasiana Kota Kupang Pasca Covid-19 sebagaimana telah diuraikan sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Identifikasi target audience

Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Timur dalam menentukan target audience tidak menggunakan teknik tertentu, untuk menjangkau wisatawan secara luas penentuan target audience hanya dilakukan dari analisa pasar.

2. Rancangan Pesan

Dalam merancang pesan Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Timur yaitu penggunaan kalimat berdasarkan keindahan objek wisata Pantai Lasiana.

3. Pemilihan Media

Media yang digunakan untuk mempromosikan objek wisata Pantai Lasiana. Media cetak seperti poster, baliho, brosur, phamplet, dan stiker. Sedangkan untuk media online yaitu website dan sosial media. Ikut dalam kegiatan festival, pameran, memasang iklan melalui beberapa media dan mengadakan event pariwisata.

6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi NTT diharapkan dapat mengoptimalkan media internet sebagai media interaktif utamanya memiliki website

pariwisata yang terintegrasi karena di era global seperti sekarang internet merupakan sarana yang paling cepat dalam menyebarkan informasi pariwisata.

2. Diperlukan inovasi seperti promosi melalui media sosial dan kreatifitas dalam melakukan promosi pariwisata sehingga berbagai keunggulan wisata dapat ditonjolkan dan mampu menarik lebih banyak wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata pantai lasiana.
3. Perlu adanya perbaikan pada fasilitas-fasilitas yang sudah rusak, dan penambahan sarana-prasarana pendukung wisata lainnya, serta perlu menghidupkan kembali atraksi-atraksi petunjuk budaya di obyek wisata pantai lasiana.
4. Perlu adanya sanksi tegas bagi pengunjung yang membuang sampah disekitar obyek wisata lasiana.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal dan Skripsi:

- A.J, Muljadi, (2009). *Kepariwisata dan Perjalanan*, Rajawali Pers, Jakarta Peraturan Perundang-Undangan Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata.
- Arif, M (2013). Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Sumedang Di Kecamatan Ranah Pesisir Kabupaten Pesisir Selatan. *Jurnal Kepemimpinan dan Pengurus Sekolah, Vol. 2*.
- Azakiyah Andi, (2013). *Strategi Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Pantai Tanjung Bira Kecamatan Bontobahari Kabupaten Bulukumba. Skripsi. Makassar: Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Alaidin Makassar.*
- Bambang Sunaryo. (2013). *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Gaya Media.
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (2014). *Katalog Wisata Kota Kupang*. Pemerintah Kota Kupang NTT.
- Dian, Kusumaningrum, (2009). *Persepsi Wisatawan Nusantara Terhadap Daya Tarik di Kota Palembang. Tesis PS. Magister Kajian Pariwisata*. Universitas Gadjah Mada.
- E. Guyer-Freuler. Handbuch del weizerischen Volkswirtschaft. <http://wikipariwisata.blogspot./2013/06/pengertian-pariwisata.html>.
- F. R. David, (2015) *Manajemen Strategik: Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing-Konsep*. Jakarta; Penerbit Salemba Empat.
- Fandeli Chafid (2000). *Pengusahaan Ekowisata*. Yogyakarta: Fakultas Kehutanan Universitas Gadjah Mada.
- Grant, Robert M. (1999). Analisis Strategi Kontemporer, Konsep, Teknik.

- Hadinoto, Kusudiant, (1996). *Perencanaan Pengembangan Destinasi Pariwisata*. Jakarta: UI-Press.
- Ilham. *Komunikasi Pemasaran, Strategi dan Taktik*, Yogyakarta: Ghalia Indonesia 2006.
- Jhon, Bryson. M (1999). *Perencanaan Strategi bagi Organisasi Sosial*, Pustaka Pelajar Jakarta.
- Kotler (2000) *Prinsip-Prinsip Pemasaran Manajemen*, Jakarta: Prenhalindo.
- Lupiyoadi, Rambat. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta.
- Muhlisin, Ahmad (2013). Ekowisata Sebagai Penunjang Pembelajaran Kontestual Menumbuhkan Sikap Kepedulian Lingkungan. *Jurnal Pendidikan Biologi Vol. 4 No. 2*
- Nisa Amalina, (2014). Strategi Promosi dalam Pengembangan Pariwisata Lokal di Desa Wisata Jelekong. *Jurnal Trikonomika Volume 13 No 2*.
- Marhanani Tri Astuti dan Any Arianti Noor. 2016 Daya Tarik Morotai sebagai Destinasi Wisata Sejarah dan Bahari *Jurnal Kepariwisata Indonesia Vol. 11 No.1 Juni 2016*.
- Norval, *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta, 2016 Rajagrafindo, hlm 8-9.
- Oktosilva Andri, (2018). *Strategi Dinas Pariwisata Dalam Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Toraja Tahun 2018*. Universitas Hasanudin Makassar.
- Pradikta, A. (2003). Strategi Pengembangan Obyek Wisata Waduk Gunungrowo Indah dalam Upaya Meningkatkan Pandapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Pati. *Economis Development Analisis Journal, Vol. 2, No. 4, hlm*.
- Permana Indra (2021). Strategi Komunikasi Pariwisata Dinas Pariwisata Provinsi Banten Di Era Covid-19.
- Robbins, Stephen P. dan Coulter, Mary. 2010. *Manajemen Edisi Kesepuluh*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sugiyono (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R dan D*. Bandung: Alfabeta.

- Spillane J.J, (1987) *Pariwisata Indonesia Sejarah dan Prospeknya*, Yogyakarta, Kanisius, 150 halaman.
- Suryana dan Octavia, (2015). *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Alfabeta
- Subhani, Armin. (2010). *Potensi Obyek Wisata Pantai di Kabupaten Lombok Timur Tahun 2010. (Tesis)*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Sumarni (2015). Strategi Promosi Dinas kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Kalimantan Timur dalam Mensosialisasikan Program Visit East Kalimantan 2014, *Ejournal Ilmu Komunikasi*, Vol.3, No.3.
- Suryono (2004). Paket Wisata Ziarah Umat Islam. Semarang: Kerja Sama Dinas Pariwisata Jawa Tengah dan STIEPART Semarang.
- Sri Wahyunanik (2021). *Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Minat Wisatawan Pasca Pandemi Covid-19 Di Badan Promosi Pariwisata Daerah Nusa Tenggara Barat*.
- Soebagyo. (2012). Strategi Pengembangan Pariwisata di Indonesia. *Jurnal Penelitian Liquidity Vol 1 No 2, Juli-Desember 2012, Hal 153-158*. Jakarta: FE Pancasila.
- Fandy Tjiptono (2008) *Strategi Pemasaran*, Edisi III, Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Fandy Tjiptono (2015). *Strategi Pemasaran*, Edisi Ke-4, CV Andi, Yogyakarta.
- Undang-Undang No. 10 tahun 2009 tentang *Kepariwisataan*
- Usaini, Usaman (2011). *Manajemen Teori, Praktek, dan Riset Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Umami, Zahrotul. “Social Strategi Pada Media Sosial Untuk Promosi Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta.” *Jurnal Interkasi* Vol 4 No 2, Juli (2015)

Widayati, M. T., & Harsana, M. (2006). *Pengembangan Taman Kuliner Condong Catur Sebagai Tujuan Wisata Kuliner Di Kabupaten Sleman*. Staffnew, 1-17.

Wahab (1998). *Manajemen Kepariwisataaan*. Jakarta. PT Pradnya Paramita.

Yoeti, Oka (2008). *Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Angkasa Bandung.

Yoeti, Oka. 1995. *Pengantar Ilmu Kepariwisataaan* (Edisi 1). Yogyakarta: ERLANGGA

Yulianingsih (2009). *Jelajah Wisata Nusantara*. Yogyakarta: Medpress

LAMPIRAN



PEMERINTAH PROVINSI NUSA TENGGARA TIMUR DINAS PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF

Jalan Frans Seda Nomor 72, Telp. (0380) 826384
Faksimile : (0380) 826384 e-mail : dinparekrafntt@gmail.com
Website : www.parekraf.nttprov.go.id

KUPANG

15 Juni 2022

Nomor : 070/25/Parekraf1.3/VI/2022 Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial
Sifat : Biasa dan Ilmu Politik UNWIRA Kupang
Lampiran : - di -
Hal : Persetujuan Penelitian di Dinas Kupang
Pariwisata dan Ekonomi Kreatif
Provinsi Nusa Tenggara Timur

Memperhatikan surat Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Katolik Widya Mandira Kupang Nomor
116/WM.H5.FISIP/N/VI/2022 Tanggal 05 Juni 2022 Perihal Permohonan
Izin Penelitian, maka dengan ini disampaikan hal-hal sebagai berikut:

1. Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Nusa Tenggara Timur mengapresiasi dilaksanakannya Penelitian oleh Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Widya Mandira pada Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Nusa Tenggara Timur;
2. Kami bersedia menerima Mahasiswi a.n. Irene Nurti Afni untuk Melaksanakan Penelitian dengan Judul : **"STRATEGI PROMOSI DINAS PARIWISATA PROVINSI NTT DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN DI PANTAI LASIANA KOTA KUPANG PASCA COVID-19"**;
3. Kami akan memberikan informasi yang diperlukan sesuai kebutuhan selama Mahasiswi tersebut diatas melaksanakan Penelitian pada Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Nusa Tenggara Timur;



Balai
Sertifikasi
Elektronik



4. Mahasiswi tersebut pun diwajibkan untuk menaati semua ketentuan yang berlaku pada Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Nusa Tenggara Timur serta mematuhi protokol kesehatan pada masa Adaptasi Kebiasaan Baru.

Demikian penyampaian ini, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.



Tembusan :

1. Gubernur Nusa Tenggara Timur di Kupang;
2. Wakil Gubernur Nusa Tenggara Timur di Kupang;
3. Sekretaris Daerah Provinsi Nusa Tenggara Timur di Kupang;
4. Rektor Universitas Katolik Widya Mandira Kupang di Kupang;
5. Ketua Prodi Administrasi Publik Universitas Katolik Widya Mandira Kupang di Kupang;
6. Mahasiswi yang bersangkutan di Tempat.



Balai
Sertifikasi
Elektronik



