

BAB VI

PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis dan interpretasi yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka pada bab ini penulis akan mengambil kesimpulan terkait penelitian dan saran yang coba penulis tawarkan untuk menyempurnakan hasil penelitian ini dan juga saran bagi peneliti selanjutnya.

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan interpretasi data yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi pemasaran Festival Wolobobo diterapkan secara terpadu melalui pemanfaatan *digital marketing*, *personal selling*, serta *event & experience marketing*. Promosi *digital* berperan penting sebagai sarana utama dalam menyebarkan informasi, membangun citra, dan menarik minat masyarakat serta wisatawan melalui media sosial, *website*, dan platform digital lainnya. Informasi yang dikemas secara visual, menarik, dan konsisten terbukti mampu meningkatkan antusiasme publik, memperluas jangkauan promosi, serta menumbuhkan kepercayaan pada Festival Wolobobo sebagai event pariwisata unggulan Kabupaten Ngada.

Selain itu, komunikasi langsung melalui *personal selling* dan penyelenggaraan *event* berbasis pengalaman memperkuat efektivitas promosi festival. Sosialisasi tatap muka dan koordinasi langsung membantu menyamakan persepsi, meningkatkan keterlibatan pemerintah, panitia, pelaku UMKM, dan masyarakat, serta mendukung kelancaran pelaksanaan festival. Melalui Festival Wolobobo sebagai *event & experience marketing*, pengunjung tidak hanya menerima informasi, tetapi juga

merasakan pengalaman budaya, interaksi sosial, dan nilai ekonomi lokal secara langsung. Dengan demikian, Festival Wolobobo terbukti menjadi strategi komunikasi pemasaran yang efektif dan terintegrasi dalam memperkuat citra pariwisata daerah, meningkatkan minat kunjungan wisata, serta mendorong pengembangan ekonomi lokal secara berkelanjutan.

6.2 Saran

1. Bagi Dinas Pariwisata, pelaku UMKM, dan masyarakat. Dinas Pariwisata diharapkan mampu mengoordinasikan promosi secara konsisten melalui media digital dan komunikasi langsung dengan menonjolkan keunikan budaya lokal. Pelaku UMKM perlu berperan aktif dalam menyampaikan informasi dan cerita produk kepada pengunjung melalui pelayanan yang komunikatif dan pemanfaatan media sosial. Sementara itu, masyarakat diharapkan mendukung penyelenggaraan festival dengan partisipasi aktif dan sikap ramah sebagai bentuk komunikasi nonverbal yang memperkuat citra positif Festival Wolobobo sebagai destinasi pariwisata unggulan daerah.
2. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk mengkaji Festival Wolobobo dengan menggunakan pendekatan wisata yang berkelanjutan serta teori difusi inovasi (Rogers). Tidak hanya itu, peneliti selanjutnya dapat menggunakan metode kuantitatif untuk mengukur secara lebih objektif dampak festival pada peningkatan kunjungan wisata, pendapatan UMKM, dan citra destinasi.