

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi pengembangan kota lama sebagai destination wisata di kota Semarang dimulai dari Promosi, Periklanan, Publisitas, dan Persuasi. Kegiatan Promosi dilakukan melalui Event dan Festival, seperti festival kota lama, pasar kuliner, pentas seni dan budaya. Kegiatan Periklanan dilakukan menggunakan penerbitan Guide book, Leaflet, dan Brosur. Kegiatan Publisitas dilakukan melalui Pameran diluar daerah tepatnya di Jakarta bertempat di JCC, Funtrip Ayo wisata ke Semarang. Kegiatan Persuasi dilakukan Mendatangkan para blogger yang berjumlah 13 orang dari Bandung, Jakarta, Wonosobo, Yogyakarta, Surabaya dan Semarang. tujuannya adalah memberi content tentang kota lama semarang agar para pengunjung wisata kota lama memiliki minat berkunjung datang kembali ke kota lama Semarang, Penyambutan kapal Cruise yang berisikan wisatawan asing dari berbagai negara yang berlayar dan berlabuh di Semarang.
2. Terdapat faktor penghambat berupa ancaman dan kelemahan bagi strategi pengembangan kota lama sebagai destination wisata di kota

semarang yang berasal dari lingkungan eksternal dan lingkungan internal.

3. Analisis lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Lingkungan internal yaitu sumber daya manusia, sumber dana, sarana dan prasarana di sekitar kawasan kota lama. Kemudian pada lingkungan eksternal yaitu diantaranya faktor ekonomi, faktor sosial budaya dan teknologi.
4. Dengan adanya strategi komunikasi dalam pengembangan kawasan kota lama ini sehingga integrasi informasi yang digunakan untuk menginformasikan pesan oleh komunikator (komunitas, Dinas Pariwisata dan kebudayaan, stakeholder dan pengunjung kota lama) yang berkaitan dengan kawasan wisata kota lama tersampaikan khususnya para pengunjung kota lama itu sendiri.

5.2 Saran

1. Saran yang diberikan mengenai strategi komunikasi pengembangan kota lama sebagai destination wisata di kota semarang khususnya promosi pariwisata harus lebih ditingkatkan kembali sehingga wisatawan dapat mengetahui kota lama serta tertarik berkunjung kembali ke kota lama semarang.
2. Sarana dan prasarana di kawasan kota lama perlu ditingkatkan dan ditata kembali agar wisatawan juga menjadi nyaman untuk berwisata ke kawasan kota lama semarang.
3. Pemerintah Kota Semarang idealnya secara khusus berkoordinasi dengan stakeholder untuk menentukan strategi dan langkah-langkah taktis pemasaran sehingga tepat sasaran.
4. Meningkatkan Koordinasi dan kerjasama antara stakeholder sehingga sinergitas dapat tercapai.
5. meningkatkan kesadaran masyarakat untuk lebih mencintai objek wisata kawasan kota lama semarang. Diperlukan peningkatan dalam hal bimbingan wisata kepada masyarakat, selain itu hendaknya memelihara kebersihan dan menjaga keindahan kawasan kota lama dengan cara menggalang masyarakat sekitar untuk ikut membersihkan lingkungan jalan dan memasang papan larangan untuk membuang sampah sembarangan, baik itu didalam objek maupun diluar sekitar.