

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1 Kesimpulan

Taman Nasional Bogani Nani Wartabone merupakan kawasan konservasi terbesar yang ada di Sulawesi. Upaya konservasi berfokus pada pelestarian dan pengawetan keanekaragaman hayati khas wallacea terutama maleo, anoa, babi rusa dan musang Sulawesi. Upaya pelestarian kawasan taman nasional salah satunya dilakukan dengan pengelolaan ekowisata. Konsep ekowisata di Taman Nasional Bogani Nani Wartabone memenuhi prinsip konservasi, prinsip edukasi, prinsip ekonomi, prinsip pemberdayaan dan prinsip wisata.

Konsep ekowisata yang diterapkan di Taman Nasional Bogani Nani Wartabone merupakan *win-win solution* antara Balai Taman Nasional dan masyarakat lokal kawasan Taman Nasional Bogani Nani Wartabone dalam hal pelestarian dan upaya peningkatan kesejahteraan ekonomi.

Pengelolaan ekowisata dilakukan oleh masyarakat lokal dan Balai Taman Nasional berperan sebagai pendamping dan fasilitator. Hal tersebut dilakukan karena keterbatasan tugas dan harapan agar masyarakat dapat berdaya.

Strategi komunikasi pemasaran Taman Nasional Bogani Nani Wartabone dilakukan melalui *advertising, sales promototion, personal selling, public relation dan word of mouth*. Strategi tersebut dilakukan bersama antara pengelola destinasi (masyarakat lokal) dengan bantuan balai. Melalui

beberapa strategi tersebut destinasi wisata yang ada di kawasan terkenal sampai mancanegara terutama yang memiliki minat khusus di pengamatan burung atau *birdwatching*.

Meskipun beberapa strategi komunikasi sudah dilakukan, terdapat hambatan yang dirasakan oleh pengelola dan fasilitator seperti sumber daya manusia yang terbatas, faktor jaringan dan adanya destinasi kompetitor.

Berdasarkan sumber data primer dan sekunder yang peneliti kumpulkan, maka beberapa upaya yang dapat dilakukan untuk mengoptimalkan strategi komunikasi pemasaran dapat dilakukan melalui membangun *brand awareness*, penambahan strategi di bidang *direct marketing* dan *interactive marketing*.

1.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Setiap desa yang memiliki objek wisata dapat mempersiapkan sumber daya manusia dengan melakukan pelatihan komunikasi pemasaran berupa *digital marketing* kepada anggota kelompok pengelola objek wisata. Selain itu, pihak pengelola dapat mengadakan rekrutmen dan kaderisasi kepada siswa-siswi yang memiliki minat di bidang konservasi dan wisata untuk disiapkan menjadi penerus dalam upaya pengembangan objek wisata.

- b. Kegiatan komunikasi pemasaran dapat dikembangkan menuju komunikasi pemasaran digital/*digital marketing*. Hal ini dapat dimulai sederhana yaitu dengan membuat akun media sosial dan membuat tema serta jadwal unggah konten. Untuk mengembangkan pengetahuan anggota pengelola objek wisata dapat mengikuti pelatihan yang berbayar dan non berbayar di berbagai jasa pelatihan digital marketing seperti RevoU, digitalent, dibimbing.id, Ruang Guru dan sebagainya atau bisa mengikuti pelatihan *digital marketing* yang diadakan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- c. Mengoptimalkan strategi komunikasi yang sudah dilakukan dengan memberikan bonus atau diskon, melakukan pemasaran melalui sms atau *direct message* media sosial, dan menjaga hubungan yang baik dengan wisatawan salah satunya melalui pembuatan kotak saran dan masukan baik secara online dan offline. Selain itu juga dapat membuat kampanye pemasaran dengan mengajak wisatawan untuk mengunggah foto terbaik Ketika berada di sebuah destinasi wisata dengan menandai akun obyek wisata serta membubuhkan tagar tertentu pada caption (misalnya: #ayoketamannasional, #wisatailomata, dan lain sebagainya). Hal ini ditujukan untuk secara tidak langsung mengajak khalayak melalui perantara untuk berkunjung ke obyek wisata. Selain itu juga dengan adanya tagar maka harapannya postingan yang sudah diunggah dapat terintegrasi dan menjadi sebuah referensi bagi calon pengunjung Ketika hendak melakukan kunjungan.

d. Balai TNBNW dan Masyarakat bersama-sama berkolaborasi dan menjaga kekompakan dalam melestarikan kawasan konservasi melalui peran masing-masing. Dimana Balai Taman Nasional yang merupakan pihak fasilitator dapat tetap membimbing dan mengawasi pengelolaan ekowisata dan konservasi di sekitar kawasan. Kemudian masyarakat tetap melakukan upaya peningkatan skill dan menjaga komitmen untuk terus berkembang.

