

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan, dan Pariwisata Kabupaten Banyumas menerapkan strategi komunikasi secara offline dan online, dan yang di lakukan oleh Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan, dan Pariwisata Kabupaten Banyumas adalah *promotional mix* atau bauran promosi dalam usaha meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung ke Desa Wisata Cikakak. Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan, dan Pariwisata Kabupaten Banyumas menerapkan enam bentuk promosi yaitu :
 - a. *Advertising*, penggunaan media promosi seperti koran, televisi, radio, spanduk, hingga baliho sebagai media beriklan dengan tujuan mempromosikan objek wisata yang ada di Desa Wisata Cikakak, merangsang minat berkunjung, dan meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai objek wisata yang ada di Desa Wisata Cikakak.
 - b. *Sales promotion*, menggandeng stakeholder atau pihak swasta seperti *travel agent*, sekolah, budayawan, hotel dan pihak-pihak lainnya dalam promosi penjualan dengan memberikan kewenangan kepada pihak swasta untuk menjual paket-paket wisata yang ada di Desa Wisata Cikakak dengan menekankan untuk menarik minat wisatawan berkunjung.
 - c. *Public relations*, kegiatan yang dilakukan seperti membuat kalender event, sosialisasi Dinporabupar Kabupaten Banyumas, membuat pelatihan yang berbasis pariwisata serta kegiatan menjembatani lainnya sebagai bentuk mengembangkan citra dari Dinporabudpar Banyumas, serta melakukan *press release* yang dilakukan oleh internal Dinporabudpar Kabupaten Banyumas.

- d. *Personal selling*, melakukan kerjasama dengan *stakeholder* swasta dalam melakukan penjualan langsung. Dalam hal ini Dinporabudpar Kabupaten Banyumas sebagai fasilitator sehingga dalam melakukan penjualan langsung instansi menyerahkannya kepada pihak swasta dalam menjual objek-objek wisata di Desa Wisata Cikakak dan harga yang akan dikeluarkan. Mereka diberi dua peran sekaligus baik melakukan promosi penjualan maupun menjadi penjual secara langsung. Karena dalam hal ini Dinporabudpar Banyumas tidak sering melakukan penjualan langsung kepada calon wisatawan,
 - e. *Direct marketing*, Hal yang dilakukan yaitu dengan menggunakan media telepon dan surat elektronik, karena kedua saluran tersebut lebih praktis. Surat elektronik mudah untuk dikirimkan kapan saja dan dimana saja mengenai informasi terbaru apa saja yang ada di objek wisata maupun informasi event yang akan diikuti oleh Dinporabudpar Kabupaten Banyumas yang dengan mudah dilengkapi oleh tulisan lengkap, foto, bahkan video.
 - f. *Internet marketing*, penggunaan media sosial secara massif dengan memanfaatkan internet sebagai media promosi melalui website dan aplikasi media sosial serta aplikasi pariwisata Banyumas “Dolan Banyumas”. Selain itu juga menggandeng komunitas-komunitas lokal seperti akun media sosial yang bergerak di bidang promosi pariwisata. Hal ini dilakukan sebagai bentuk promosi melalui sosial media dan pemanfaatan media, dimana akun-akun tersebut memiliki *followers* yang cukup banyak.
2. Faktor peningkatan dan penurunan minat wisatawan Ke Desa Wisata Cikakak. Faktor peningkatan dipengaruhi oleh dua hal yaitu objek wisata dan Event (*Exhibition*). Sarana dan prasarana merupakan penunjang keberhasilan objek wisata seperti aksesibilitas yang baik, lahan parkir luas, dan sarana prasarana lainnya. Desa Wisata Cikakak unggul dalam hal objek wisata, mulai dari wisata religi, edukasi dan alam serta terdapat event yang unik sebagai ciri khas. Hal ini menjadi faktor penting peningkatan wisatawan berkunjung. Sedangkan untuk

faktor penghambatnya yaitu sumber daya manusia, daya tarik objek wisata, fasilitas yang tersedia, bencana alam dan bencana non-alam, dan dana. Kualitas promosi yang belum maksimal menjadi perhatian lebih sehingga perlu ditingkatkan lagi sumber daya manusia sebagai penggerak. Di sisi lain, Desa Wisata Cikakak memiliki permasalahan dalam hal menjaga kebersihan dan melakukan peningkatan keamanan agar wisatawan memiliki nilai kepuasan lebih dan memungkinkan untuk berkunjung kembali.

B. Saran

Setelah peneliti melakukan penelitian tentang strategi komunikasi Dinporabudpar Banyumas dalam menarik minat wisatawan ke Desa Wisata Cikakak Kabupaten Banyumas. Peneliti mempunyai saran sebagai bahan pertimbangan kedepannya, diantaranya yaitu:

1. Akademis

Bagi peneliti selanjutnya, apabila hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti masih dirasa kurang lengkap, maka dari itu penulis mengharapkan adanya perbaikan dan kelengkapan untuk peneliti selanjutnya.

2. Praktis

Bagi Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan, dan Pariwisata Kabupaten Banyumas, agar lebih giat lagi dalam mempromosikan dan mensosialisasikan program-programnya. Selain itu juga menambah media sosialisasi yang digunakan dan meningkatkan strategi komunikasi yang digunakan. Menjaga keamanan dan meningkatkan kebersihan agar wisatawan yang akan berwisata ke Desa Wisata Cikakak menjadi nyaman dan tenang, menambah dana agar proses bersosialisasi atau membuat event menjadi mudah sehingga minat dan jumlah pengunjung semakin meningkat. Di masa pandemi Covid-19 ini diharapkan Dinporabudpar Kabupaten Banyumas tetap konsisten bersosialisasi dengan media apapun dan semoga pandemi Covid-19 ini cepat hilang dari kehidupan kita dan bisa menjadi pelajaran untuk selalu bersyukur akan mahalnya kesehatan dan keselamatan.

