

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Melalui serangkaian penelitian, dapat disimpulkan bahwa terdapat berbagai strategi komunikasi yang dilakukan dalam pengembangan wisata di Desa Gerduren, khususnya Wisata Pertapan. Pengembangan Wisata pertapan telah memenuhi kualifikasi sebagai wisata berkelanjutan dengan tercapainya empat aspek, yaitu; keberlanjutan ekologi, diterima secara sosial, diterima secara kebudayaan, dan menguntungkan dari segi ekonomi.

Dalam pengembangan pariwisata, terdapat komponen 4A yaitu *Attraction, Amenities, Accessibilities, dan Ancillary Service*. Aspek atraksi Wisata Pertapan diwujudkan dengan atraksi alam, budaya, religius, dan sejarah. Sedangkan fasilitas yang masih hendak dibangun yaitu *homestay* dan pusat perbelanjaan oleh-oleh. Dari segi aksesibilitas, Wisata Pertapan sudah cukup mudah dijangkau dengan akses jalan yang baik, meskipun belum ada transportasi umum. Sedangkan aspek pemanfaatan teknologi masih sebatas promosi di media sosial, belum terdapat *customer service* bagi wisatawan.

Terdapat strategi komunikasi berdasarkan teori Harold D. Laswell yaitu *who says what in which channel to whom with what effect*. Aktor yang menjadi komunikator pembangunan yaitu Pemerintah Desa, Dinporabudpar, dan LSM, dengan memberikan pesan ajakan mengembangkan wisata serta memberikan sosialisasi tentang pengelolaan wisata. Pesan ini disampaikan melalui media konvensional berupa musyawarah desa dan forum rapat. Selain itu, pengurus pariwisata juga menerapkan strategi promosi melalui media sosial Facebook, Instagram, dan SnackVideo. Strategi ini diharapkan memberikan efek persuasif kepada khalayak umum agar semakin tertarik mengunjungi Wisata Pertapan Gerduren.

Dalam pengembangan wisata sejak awal, Pemerintah Desa sebagai komunikator melakukan pendekatan strategi yaitu Proses Pengumpulan Aspirasi, Proses Pembangunan, dan Proses Peremajaan yang hingga kini masih dilakukan. Namun dalam pelaksanaannya, terdapat hambatan yang menjadi kendala dalam pelaksanaan pengembangan wisata. Di antaranya yaitu pandemi covid-19, tidak berjalannya susunan pengurus pariwisata, dan kurangnya SDM yang berminat mengembangkan wisata.

B. Saran

Saran yang dapat peneliti berikan berkaitan dengan penelitian ini, yaitu sebagai berikut.

1. Bagi Pemerintah Desa

- a) Perlu dilakukan diskusi bersama antara Pemerintah Desa Gerduren, pengurus wisata yang masih aktif, juru kunci dan tokoh masyarakat, serta warga setempat untuk membahas evaluasi pengembangan wisata yang sudah dijalankan. Evaluasi ini dapat dilakukan secara periodik, misalnya diselenggarakan setiap catur wulan sekali.
- b) Perlu dilakukan pembaruan susunan perangkat wisata dengan regulasi yang lebih mudah dan sistem gaji yang jelas agar dapat menemukan kader pengurus wisata yang baru dan dapat melaksanakan program pariwisata secara matang. Misalnya penambahan SDM yang mampu menggunakan teknologi digital dan media sosial sebagai sarana promosi Wisata Pertanian.
- c) Perlu dilakukan sosialisasi kepada masyarakat desa dan pelatihan dalam kegiatan ekonomi kreatif agar semakin memaksimalkan potensi ekonomi yang bisa dilakukan, misalnya membuat kerajinan khas Desa Gerduren, mendirikan villa dan *homestay*, dan lain sebagainya.

2. Bagi Pengelola Wisata

- a) Pengelola dapat menggandeng investor dari luar daerah untuk mendanai kegiatan pariwisata di Desa Gerduren dan melakukan proses peremajaan agar

Wisata Pertapan semakin berkembang. Hal ini dapat dilakukan dengan bekerjasama dengan perusahaan besar yang memiliki dana CSR.

- b) Pengelola dapat memaksimalkan kembali media sosial Desa Gerduren dengan membuat konten yang edukatif dan menarik agar menarik wisatawan, misalnya dengan memperbanyak konten di Tiktok yang selaras dengan tren masa kini.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya disarankan menggunakan pendekatan komunikasi pemasaran untuk menganalisis strategi yang dilakukan dalam promosi wisata Desa Gerduren agar mampu memberikan saran dalam promosi media bagi pengembangan wisata selanjutnya.

