

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Digitalisasi komunikasi pemasaran objek dan daya tarik wisata Kabupaten Cilacap oleh Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Cilacap hadir dalam bentuk artikel, foto, *video*, dan gambar yang kemudian disalurkan melalui media-media online yang dipilih yaitu *website, facebook, twitter, instagram, youtube*, dan aplikasi.
2. Kegiatan digitalisasi komunikasi pemasaran objek dan daya tarik wisata Kabupaten Cilacap oleh Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Cilacap dilakukan oleh Bagian Promosi Pariwisata yaitu Bapak Bambang Ariyo Damar yang berlatar belakang pendidikan Ilmu Komunikasi.
3. Kekurangan dari kegiatan digitalisasi komunikasi pemasaran objek dan daya tarik wisata Kabupaten Cilacap oleh Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Cilacap baik dari media *website, aplikasi, twitter, facebook, instagram maupun youtube* adalah kurangnya kelengkapan informasi yang disampaikan, tidak adanya segmentasi khalayak yang jelas, tidak ada timeline yang tentu dalam *mem-posting*, kemasan yang kurang mempersuasi, dan tidak adanya publikasi yang masif.
4. Hambatan dalam kegiatan digitalisasi komunikasi pemasaran objek dan daya tarik wisata Kabupaten Cilacap oleh Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Cilacap adalah kurangnya sumber

daya manusia yaitu tenaga ahli, sehingga kegiatan promosi melalui media-media online tersebut hanya dilakukan oleh satu orang saja. Meskipun demikian, belum ada tindak lanjut dari Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Cilacap dalam menangani hambatan ini.

5. Akun *instagram Explore_Cilacap* telah sukses berpartisipasi dalam kegiatan digitalisasi komunikasi pemasaran objek dan daya tarik wisata Kabupaten Cilacap melalui akun *instagram Explore_Cilacap*. Informasi-informasi yang disampaikan cukup informatif dan jelas. Akun tersebut dioperasikan oleh Erwin Wicaksono sejak tahun 2015. Jumlah pengikut akun *instagram Explore Cilacap* saat ini telah mencapai lebih dari 20.000 orang dan terus bertambah setiap harinya.

B. Saran

Saran dalam penelitian ini ditunjukkan untuk dua elemen yaitu Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Cilacap dan masyarakat agar sekiranya dapat menjadi masukan untuk kedua elemen tersebut.

1. Untuk Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Cilacap :
 - a. Kabupaten Cilacap memiliki potensi pariwisata yang sangat baik, bila dikembangkan dan didukung dengan pemasaran yang sistematis maka tentunya akan menambah jumlah pengunjung wisatawan dan tentunya akan meningkatkan pendapatan daerah. Namun sangat disayangkan, kegiatan komunikasi pemasaran khususnya digitalisasi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata

Kabupaten Cilacap masih tergolong kurang maksimal dan efektif. Sebaiknya, dipertimbangkan kembali untuk memperlengkap informasi pariwisata Kabupaten Cilacap, membuat *timeline* dan segmentasi khalayak agar kegiatan digitalisasi komunikasi pemasaran objek dan daya tarik wisata Kabupaten Cilacap lebih efektif dan dapat meningkatkan kunjungan wisatawan.

- b. Kurangnya tenaga ahli dapat menghalangi kegiatan digitalisasi komunikasi pemasaran secara keseluruhan. Sebaiknya tenaga ahli dalam kegiatan digitalisasi komunikasi pemasaran ditambah karena mengingat untuk mengoperasikan semua media-media digitalisasi komunikasi pemasaran tidak mungkin hanya dilakukan oleh satu orang saja.
- c. Untuk meningkatkan kegiatan digitalisasi komunikasi pemasaran objek dan daya tarik wisata Kabupaten Cilacap, Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Cilacap dapat melakukan kerja sama dengan pihak-pihak terkait seperti jasa pelayanan angkutan umum PTKAI, bus swasta, media-media massa, media online baik milik pemerintah maupun non pemerintah, dan hotel-hotel yang ada di Kabupaten Cilacap agar dapat meningkatkan kunjungan wisatawan.

2. Untuk masyarakat Kabupaten Cilacap :

- a. Menjaga dan melestarikan pariwisata juga tentunya menjadi tugas kita bersama sebagai masyarakat Kabupaten Cilacap, sudah seharusnya kita melakukan tersebut mulai dari langkah-

langkah kecil seperti menjaga kebersihan, keberadaan fasilitas umum, dan lain-lain.

- b.** Hadirnya media-media digital dapat digunakan seluruh masyarakat sebagai media untuk turut serta berpartisipasi mempromosikan daerahnya melalui media-media digital yang dimiliki. Dengan melakukan kegiatan tersebut, masyarakat dapat turut serta membantu kegiatan digitalisasi komunikasi pemasaran objek dan daya tarik wisata yang ada di Kabupaten Cilacap dan tentunya dapat meningkatkan kunjungan wisatawan.