

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana perencanaan strategi branding destinasi wisata Gunungkidul di era normal baru. Melalui penjabaran yang sudah dilakukan pada bab sebelumnya, peneliti menyimpulkan bahwa Dinas Pariwisata Gunungkidul selaku pihak yang paling bertanggung jawab atas pengelolaan destinasi wisata di Kabupaten Gunungkidul telah merancang strategi branding destinasi wisata khusus yang mengikuti era normal baru sesuai dengan pergerakan masyarakat Indonesia masih sangat terbatas demi meminimalisir penularan virus COVID-19 di Indonesia.

Para pihak pengelola baik yang berada langsung dibawah naungan Dinas Pariwisata Gunungkidul atau yang bersifat perorangan/swasta juga menjalankan tugasnya dengan baik dengan menegakkan protokol kesehatan demi menghadirkan perasaan aman para wisatawan yang berkunjung di era normal baru ini.

Dengan sempit ditutupnya destinasi wisata di Kabupaten Gunungkidul, Dinas Pariwisata Gunungkidul perlu melaksanakan promosi ulang ketika destinasi wisata sudah dapat dibuka kembali saat era normal baru dengan standart protokol kesehatan sesuai dengan yang ditentukan pemerintah Indonesia. Walaupun destinasi wisata

sudah bisa dibuka kembali, akan tetapi minat masyarakat untuk berwisata sudah meredup akibat penutupan jangka panjang situs wisata saat pandemik COVID-19, hal ini diperparah juga akibat masyarakat masih takut akan penularan virus COVID-19 yang amat cepat dan ganas. Dengan diadakannya protokol kesehatan yang diberlakukan oleh pemerintah Indonesia dan adanya pembatasan kuota pengunjung di area wisata, maka Dinas Pariwisata Gunungkidul beradaptasi dengan keadaan dengan membranding wisatanya dengan sebagai destinasi wisata yang lebih privat dan sehat bagi pengunjung sesuai dengan jargonnya pada setiap postingan di sosial media yaitu “Ayo Berwisata Sehat” hal ini bertujuan untuk menarik kembali minat berwisata masyarakat Indonesia yang sempat meredup akibat kebijakan lockdown.

Dinas Pariwisata Gunungkidul juga bekerja sama dengan para *influencer* sosial media seperti akun @explorejogja dan @wonderfuljogja untuk membantu proses promosi destinasi wisata Kabupaten Gunungkidul yang telah dibuka kembali dengan berbagai standart protokol kesehatan yang dapat menjamin kesehatan para wisatawan.

Dengan keindahan alam yang dimiliki oleh Gunungkidul ditambah dengan baiknya pengelolaan destinasi wisata pada era normal baru ini, penulis berharap besar untuk destinasi wisata Kabupaten Gunungkidul dapat bertahan melewati era normal baru ini

dengan baik hingga memasuki era normal yang sesungguhnya tanpa adanya virus COVID-19.

A. Saran

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki kekurangan dalam melakukan analisis untuk memahami bagaimana strategi branding destinasi wisata Gunungkidul pada era normal baru dikarenakan peneliti hanya mendapatkan informasi dari mewawancarai pihak yang melaksanakan proses pemasaran dan *branding* destinasi wisata pada era normal baru yaitu Dinas Pariwisata Gunungkidul dan para pengelola destinasi wisata. Penulis melakukan observasi melalui sosial media dan internet, penulis tidak dapat terjun langsung ke lapangan saat proses *branding* destinasi ini berlangsung akibat virus COVID-19 yang menyebabkan perizinan untuk melakukan penelitian terjun ke lapangan sangatlah sulit didapatkan.

Maka saran yang dapat diberikan oleh penulis untuk penelitian serupa berikutnya yang akan dilakukan untuk dapat mengetahui sejauh mana proses *branding* destinasi wisata Kabupaten Gunungkidul dengan langsung terjun ke lapangan saat pihak yang bertanggung jawab melaksanakan kegiatan *branding* destinasi wisata.