

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang sudah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka pada bab ini peneliti akan memberikan kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang dilakukan sebagai berikut.

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan dari uraian mengenai hasil penelitian Pada Bab IV yang dijadikan sebagai subfokus penelitian, disimpulkan bahwa:

1. Perencanaan (*Planning*) Pokdarwis Kampung Wisata rejoyinangun dalam perencanaan program kegiatan pada kampung wisata dilakukan dengan memetakan program yang terbagi menjadi tiga yaitu dalam jangka pendek, menengah, dan jangka panjang. Dalam hal ini Pokdarwis kampung wisata Rejoyinangun melakukan pengklasteran terhadap potensi yang dimiliki. Pada tahap perencanaan ada beberapa upaya atau strategi dalam mencapai tujuan desa wisata yang dilakukan Pokdarwis kampung wisata Rejoyinangun yakni pembuatan konten media sosial yang diunggah di *platform* media sebagai cara memperkenalkan atau mempromosikan kampung wisata. Tujuan dari proses perencanaan adalah untuk menentukan strategi dan menetapkan batasan yang diperlukan untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

2. Pengorganisasian (*Organizing*) dilakukan dengan melibatkan berbagai pihak seperti masyarakat, pengusaha, lembaga swadaya masyarakat, serta pemerintah setempat. Pokdarwis Kampung Wisata Rejoyinangun sebagai penyelenggara dalam pelaksanaan pelatihan yang berkaitan dengan peningkatan kualitas SDM masyarakat kampung wisata.

Pokdarwis dalam mengelola potensi yang ada di kampung wisata Rejowinangun bersama menentukan produk yang akan di buat berdasarkan potensi klaster-klaster pada rapat bersama untuk dijadikan paket wisata serta melakukan kerjasama dengan komunitas atau instansi sebagai upaya dalam meningkatkan jumlah pengunjung.

3. Pelaksanaan (*Actuating*) Pokdarwis Kampung Wisata Rejowinangun mempergunakan berbagai instrumen ketika melaksanakan promosi menerapkan sistem *promotion mix* antara lain advertising, sales promotion, personal selling, public relation, internet marketing. Sales promotion berupa penawaran paket wisata harga spesial. Personal selling berupa menawarkan secara langsung kepada setiap pengunjung serta melakukan pendekatan dengan mengirim pesan langsung. Public relation yaitu dengan adanya artikel mengenai Kampung Wisata Rejowinangun dengan membangun kerjasama dengan komunitas serta instansi. Internet marketing yang di terapkan pada pemanfaatan *platform* facebook, instagram, youtube, dan *website*.

4. Pengawasan (*Controlling*) Pengawasan menjadi fungsi terakhir dalam proses manajemen. Pokdarwis sebagai pengawas bertugas mengontrol setiap pekerjaan sesuai dengan bidangnya atau divisi masing-masing. Melakukan riset mengenai dampak yang ditimbulkan dari kegiatan promosi yang telah dilakukan, apakah mereka masih mengingat penyampaian informasi, intensitas mereka memperoleh informasi, serta informasi seperti apa yang mereka ingat, dan juga perasaan masyarakat ketika telah memperoleh informasi, apakah terdapat perbedaan sikap jika dibandingkan dengan sebelumnya.

5.2. Saran

Adapun saran yang dikemukakan peneliti baik untuk praktis maupun secara akademis ialah sebagai berikut:

1. Praktis

Dari hasil data temuan dan analisis yang dilakukan oleh peneliti, adapun saran yang bisa menjadi bahan pertimbangan Pokdarwis Kampung Wisata Rejowinangun dalam melakukan strategi berikutnya antara lain:

- a. Pihak POKDARWIS hendaknya melakukan sosialisasi dan pelatihan serta memperbaharui materi-materi peningkatan mutu secara terus menerus sehingga tercipta SDM (sumber daya manusia) yang berkualitas.
- b. Perlu diadakannya evaluasi secara rutin untuk melihat atau mengetahui keberhasilan dari manajemen komunikasi pemasaran yang telah terlaksana sebelumnya.
- c. Pengoptimalan dalam memanfaatkan perkembangan teknologi dan perlunya penguasaan teknologi informasi yang bersifat baru sehingga upaya promosi kampung wisata melalui media sosial dan media massa akan terus meningkat terutama *platform* TikTok yang tengah populer di masa sekarang ini serta mengembangkan strategi *content* media sosial diantaranya dengan merancang konten-konten kreatif dalam mempromosikan kampung wisata.
- d. Pokdarwis terus konsisten dalam menjaga hubungan dan kerjasama yang baik dengan pihak internal maupun eksternal serta perlu lebih banyak mendorong dan melibatkan peran pemuda.

2. Akademis

Pada penelitian yang peneliti teliti dengan judul “Manajemen Komunikasi Pemasaran Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Rejowinangun dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Pengunjung Kampung Wisata Rejowinangun Yogyakarta” Masih memiliki keterbatasan sehingga diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat menganalisis terkait manajemen komunikasi pemasaran terhadap minat berkunjung menggunakan metode analisis lainnya atau pendekatan lain seperti kuantitatif.