

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1.2 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, dengan melakukan analisis untuk menjawab rumusan masalah penelitian, dengan judul Strategi Komunikasi Dinas Kepemudaan, Olahraga Dan Pariwisata Kabupaten Tegal Dalam Mempromosikan Objek Wisata Melalui Media Virtual Tour, bahwa dalam penelitian ini dengan penjelasan diatas maka dapat di simpulkan bahwa :

Strategi komunikasi merupakan alat untuk mencapai tujuan yang dilakukan Dinas Kepemudaan, Olahraga Dan Pariwisata Kabupaten Tegal dalam mempromosikan objek wisata dan memberikan kebutuhan pengunjung. Dinas Kepemudaan, Olahraga Dan Pariwisata Kabupaten Tegal melakukan beberapa strategi komunikasi untuk promosi objek wisata, seperti :

- a. Penyusunan citra destinasi : Dinas Kepemudaan, Olahraga Dan Pariwisata Kabupaten Tegal melakukan penyelenggaraan Bimtek dan peningkatan SDM dan Melakukan penyuluhan tentang sadar wisata pada Daya Tarik Wisata (DTW) atau pengelolaan wisata, pokdarwis dan pelaku ekonomi kreatif yang dilakukan satu Tahun dua kali.
- b. Segmen pasar dan audiens : Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Tegal melakukan rapat team dengan anggota bidang pariwisata dalam menentukan target segmen dan audiens, melakukan analisis demografis dan geografis, analisis audiens memiliki motivasi untuk melakukan perjalanan, menganalisis anggaran dan akomodasi yang audiens miliki, dan segmentasi pasar.

- c. Penggunaan media sosial dan platform digital : Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Tegal melakukan kegiatan promosi menggunakan media sosial seperti instagram, facebook, twiter, youtube, tiktok dan juga penggunaan platforms digital yaitu website Kepo Sate Tegal yang menyediakan paket-paket pariwisata dan juga penggunaan media virtual tour.
- d. Penggunaan video dan multimedia : Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Tegal menggunakan video dan multimedia dalam mempromosikan objek wisata, pembuatan video yang menampilkan bagaimana jalan pada suatu objek, menampilkan panorama objek wisata, keindahan objek, dan menampilkan deskripsi objek apa saja. Apalagi dengan pengeditan yang bagus yang dimana dapat membujuk pengunjung untuk datang dengan keindahan panorama yang ditunjukkan dan juga transisi yang bagus.
- e. Kerjasama dengan *stakeholder* dan media : Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Tegal bekerjasama dengan Pokdarwis pesona Bahari dan PT Bintang permata charisma, bekerjasama dengan Universitas Politeknik Harapan Bersama Kota Tegal dan bekerjasama dengan Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL) Slawi FM untuk menyampaikan berita atau informasi mengenai objek wisata melalui frekuensi radio.
- f. Promosi melalui event dan festival : Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Tegal juga melakukan pengadaan event dan festival seperti *Explore Guci Photo Competition* yang diadakan di Desa Wisata Guci pada Tanggal 3 November 2021, dan Ruwat Bumi Purwahamba dan Festival Degan. Untuk mengexplore dan mendongkrak promosi pariwisata.
- g. Penggunaan *virtual reality* : Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Tegal juga menggunakan virtual realiy untuk memperkenalkan dan promosi objek wisata, seperti pemanfaatan *Virtual Tour* atau

Penggunaan virtual realiy merupakan konsep teknologi yang menciptakan pengalaman *imersif* dalam lingkungan digital dan didalam *virtual tour* terdapat rangkaian video, panorama, gambar, suara, text, *navigasi*, narasi dan deskripsi objek wisata.

Dalam startegi komunikasi yang dilakukan Dinas Kepemudaan, Olahraga Dan Pariwisata Kabupaten Tegal dalam mempromosikan objek wisata, dengan adanya strategi komunikasi yang digunakan berdasarkan pada penjelasan diatas, bahwasanya dengan adanya strategi komunikasi tersebut dapat mempromosikan objek wisata dengan optimal yang dapat meningkatkan jumlah pengunjung dan dapat membantu ekonomi lokal dan daerah.

Dalam startegi komunikasi pariwisata yang dilakukan Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Tegal sudah terbilang bagus karena bisa memanfaatkan perkembangan teknologi dan informasi untuk mempromosikan objek wisata, yaitu penggunaan media *Virtual Tour* untuk mempromosikan objek wisata, dan bagaimana virtual tour berpontensi dalam strategi komunikasi untuk mempromosikan objek wisata dengan konsep yang menarik seperti *Virtual Tour* menawarkan konsep jalan-jalan secara nyata seperti terdapat rangkaian video, panorama, gambar, suara, text, navigasi, narasi dan deskripsi objek, sehingga audiens bisa merasakan jalan-jalan secara nyata hanya bermodalkan gadget dan jaringan internet untuk mengkasesnya. Bahwa promosi objek wisata melalui media *Virtual Tour* sangat berpotensi.

2.2 Saran

Berdasarkan dari pengkajian penelitian maka penulis bermaksud memberikan saran yang mudah-mudahan dapat bermanfaat bagi Dinas Pariwisata dan penelitian selanjutnya, yaitu sebagai berikut:

A. Bagi Dinas Kepemudaan, Olahraga Dan Pariwisata Kabupaten Tegal

Strategi komunikasi yang dilakukan Dinas Kepemudaan, Olahraga Dan Pariwisata Kabupaten Tegal sudah cukup bagus dalam mempromosikan objek wisata, namun

Dinas Kepemudaan, Olahraga Dan Pariwisata Kabupaten Tegal harus bisa mengoptimalkan strategi komunikasi yang mereka buat dan Dinas Kepemudaan, Olahraga Dan Pariwisata Kabupaten Tegal harus bisa mengoptimalkan bentuk Kerjasama yang mereka lakukan. Karena Dinas Kepemudaan, Olahraga Dan Pariwisata Kabupaten Tegal tidak terlalu support Kerjasama dengan Universitas Politeknik Harpan Bersama Kota Tegal dalam pengembangan media Virtual Tour.

B. Bagi peneliti selanjutnya

Adapun beberapa saran yang perlu diperhatikan bagi peneliti selanjutnya yang tertarik meneliti tentang strategi komunikasi Dinas Pariwisata dalam mempromosikan objek wisata adalah:

- 1) Penelitian selanjutnya agar mengkaji lebih banyak dari berbagai sumber maupun referensi yang terkait dengan strategi komunikasi yang dilakukan Dinas Pariwisata dalam mempromosikan objek wisata agar penelitiannya dapat lebih baik dan lengkap lagi.
- 2) Penelitian selanjutnya diharapkan lebih dalam lagi dalam proses pengambilan dan pengumpulan segala sesuatunya sehingga dapat dilaksanakan dengan lebih baik. Penelitian selanjutnya harus bisa memilih dan mengkaji ulang dalam menentukan wawancara dan sumber yang lebih baik lagi.