

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan dari uraian mengenai hasil penelitian adapun kesimpulan penelitian ini:

1. Komunikasi

Komunikasi dalam hal penyampaian informasi oleh Pihak Taman sangat membantu wisatawannya. Dimana informasi di sampaikan dengan singkat dan menarik agar wisatawan lebih mudah memahami, penguasaan bahasa dan materi sejarah Taman sari agar bisa memberikan jawaban yang di perlu wisatawan, serta ramah dan menyelipkan humor ketika merinteraksi dengan wisatawan.

2. Pemilik Modal

Pada pemilik modal yang ada di Tamansari Yogyakarta, tidak ada transaksi permodalan dari luar. Pengelolaan Tamansari sendiri dikelola langsung oleh Keraton Yogyakarta dengan divisi khusus yaitu Divisi Kahartakan. Dana yang masuk melalui tiket masuk pun dialokasikan untuk pemeliharaan Kawasan Tamansari, operasional, dan untuk renovasi.

3. Wisatawan

Wisatawan yang datang ke Tamansari bukan hanya dimanjakan dengan nuansanya yang asri, namun juga dimanjakan dengan kebersihan tempat dan keramahan petugas wisata yang selalu diterapkan pada Tamansari. Tamansari juga berupaya mengembalikan beberapa fungsi di tempat-tempatnya seperti dulu, walaupun akan memakan waktu yang lama tapi hal itu sangat diupayakan oleh Pihak Wisata Tamansari.

4. Sumber Daya dan Kelembagaan

Wisata Tamansari Yogyakarta dalam pemberdayaan Sumber Daya Manusia sangat membantu warga sekitar tempat wisata, karena sumber daya ini melibatkan masyarakat desa untuk membantu lahan parkir dan ada juga yang mengikuti program Pemberdayaan Masyarakat Desa untuk dilatih menjadi guide di Tamansari. Untuk pengelolaan tempat, Tamansari bekerjasama dengan Balai Pelestarian Cagar Budaya (BPCB) Yogyakarta, Dinas Kebudayaan, dan pemilik utama Tamansari yaitu Keraton Yogyakarta.

5. Destinasi

Destinasi wisata yang ada pada Tamansari Yogyakarta semua asli, yang mana artinya saat ini belum ada wisata buatan. Tamansari memiliki destinasi bersejarah yang berupa bangunan atau kompleks Tamansari yang ada dari jaman dulu. Akan ada program-program yang dibuat sehubungan dengan pengembangan objek wisata buatan di Tamansari, bukan berupa penambahan bangunan, melainkan mengembalikan kesenian-kesenian jaman dulu yang sering dimainkan di Tamansari.

6. Pemasaran

Taman Sari dalam pemasarannya menggunakan media sosial berupa Instagram, Youtube, dan Tiktok. Taman Sari mempublikasikan konten berupa foto, video, story dari para pengunjung untuk menarik calon wisatawan.

7. Aksesibilitas

Wisata Tamansari yang memiliki akses yang cukup mudah, rute dapat di akses melalui Google Maps dengan jarak yang di tempuh 2,2 Kilometer dari Pusat Kota dapat dijangkau menggunakan kendaraan apapun.

5.2. Saran

Adapun saran yang dapat diberikan peneliti berdasarkan hasil penelitian adalah berkaitan dengan pemasaran. Dalam pemasaran penulis menyarankan Media sosial Taman Sari berupa Instagram dan Tiktok melakukan update setiap hari, berinteraksi dengan pengikut, memperhatikan konten destinasi wisata. Serta di harapkan Taman Sari mempunyai website resmi Taman Sari dan mempublikasikan mengenai informasi destinasi wisata, event yang di tuangkan melalui tulisan atau artikel.