BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian yang diperoleh dari hasil penelitian mengenai strategi komunikasi kelompok sadar wisata (POKDARWIS) dalam meningkatkan kunjungan wisatawan pada destinasi wisata *geopark* silokek dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi komunikasi yang dilakukan oleh POKDARWIS untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan menggunakan beberapa strategi sesuai dengan pengaplikasian teori AIDDA yaitu:

A. Perhatian (Attention)

kelompok sadar wisata (POKDARWIS) mengaplikasikan teori ini dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi seperti Tiktok, Instagram dan media sosial lainnya dengan membuat konten-konten yang memperlihatkan keindahan serta keunikan yang ada di *geopark* silokek. POKDARWIS juga menarik perhatian calon wisatawan dengan mengadakan event-event. Elemen attention pada teori ini belum berjalan maksimal pada media sosial instagram yang mana kontennya masih kurang menarik dan kreatif, sehingga membuat wisatawan yang melihatnya tidak merasa tertarik.

B. Ketertarikan (*Interest*)

Setelah POKDARWIS memposting konten-konten mengenai *geopark* silokek di berbagai media terutama di media sosial tiktok, tentunya Masyarakat mulai tertarik dan mencari tahu keberadaan dan lokasi *Geopark* Silokek dengan *browsing* melalui internet. Sehingga adanya perasaan masyarakat yang ingin mengetahui lebih dalam tentang destinasi wisata tersebut.

C. Keinginan (*Desire*)

Dengan memiliki keindahan alam serta berbagai pengalaman yang didapatkan ketika berwisata ke destinasi wisata *Geopark* Silokek ini, Maka

timbul kemauan dari masyarakat untuk mengunjungi, melihat, dan merasakan secara langsung pengalaman tersebut.

D. Keputusan (*Decision*)

masyarakat mulai percaya bahwa Geopark Silokek terkenal bagus, kemudian masyarakat memutuskan untuk datang mengunjungi destinasi wisata tersebut. Kemudian setelah itu, masyarakat tertarik untuk mencoba berbagai paket wisata yang disediakan oleh POKDARWIS agar bisa merasakan pengalaman yang berbeda secara maksimal.

E. Tindakan (*Action*)

setelah masyarakat merasa puas setelah mencoba berbagai paket wisata yang disediakan oleh POKDARWIS *Geopark* Silokek, mereka akan melakukan suatu tindakan dengan mencoba untuk mengajak masyarakat lainnya untuk mengunjungi destinasi wisata *Geopark* Silokek dengan menceritakan pengalamannya selama berada di geopark silokek sehingga membuat masyarakat tersebut merasa tertarik. Pada elemen aktion dalam teori ini masih belum berjalan secara maksimal, karena pengunjung ramai hanya jika ada *event-event* tertentu saja, pada hari biasa kunjungan wisatawanpun menurun, bahkan tidak ada sama sekali.

2. Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga sebagai lembaga yang bertanggung jawab terhadap kegiatan pariwisata, memiliki strategi tersendiri untuk meningkatkan jumlah kunjungan pada destinasi wisata *geopark* silokek yaitu dengan mempersiapkan objek wisata dengan membangun fisik, sarana dan prasarana seperti toilet, musholla dan taman-taman. Lalu Dispar akan melakukan peningkatan kualitas SDM dengan memberikan pelatihan-pelatihan kepada POKDARWIS sebagai pengelola, seperti memberikan pelatihan digitalisasi agar POKDARWIS dapat memanfaatkan media sosial sebagai media promosi sehingga menjangkau khalayak yang lebih luas. Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga juga mewajibkan setiap instansi pemerintah dan sekolah-sekolah yang ada di kabupaten Sijunjung untuk memakai logo Geopark sebagai bentuk kegiatan promosi ke daerah luar.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peniliti lakukan tentang Strategi Komunikasi Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan pada Destinasi Wisata *Geopark* Silokek peneliti memberikan saran serta masukan sebagai berikut:

- 1. Peningkatan kualitas SDM POKDARWIS *Geopark* Silokek dibidang *public speaking* agar dapat melayani dan menjelaskan tentang destinasi wisata geopark silokek kepada wisatawan ketika menjadi *tour guide* dengan baik serta memberikan pelatihan cara memanfaatkan media sosial yang baik dan benar kepada pengelola berbagai media promosi agar konten-konten yang dibuat lebih kreatif dan menarik sehingga orang yang melihatnya menjadi lebih tertarik.
- Penambahan alat dan SDM yang ahli dibidang panjat tebing agar ketika ada wisatawan yang memesan paket panjat tebing, POKDARWIS tidak perlu berkolaborasi dengan penyedia jasa wisata lagi.
- 3. POKDARWIS *geopark* silokek sebagai pelaku pariwisata hendaknya mengetahui terlebih dahulu segmentasi atau target pasar dari destinasi wisata *geopark* silokek ini, agar promosi yang dilakukan tepat sasaran, mengingat destinasi wisata geopark silokek ini termasuk pariwisata minat khusus sehingga wisatawannya pun akan berbeda dengan destinasi wisata pada umumnya.
- 4. Sebagai sebuah organisasi yang mana akan menggerakkan kegiatan tentunya sebuah perencanaan komunikasi merupakan sebuah hal yang sangat penting bagi kelompok sadar wisata geopark Silokek. Oleh karena itu, tentunya strategi mesti disusun dengan baik sesuai dengan tahapantahapan yang ada, serta memperhatikan komponen-komponen komunikasi, agar strategi komunikasi dapat berjalan dengan lebih baik. Karena keberhasilan dari sebuah program kegiatan komunikasi yang dilakukan organisasi tentu saja berdasar kepada proses perencanaan komunikasi yang optimal.