

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **4.1 Kesimpulan**

*Medical tourism* merupakan program baru untuk wilayah Sumatera Barat khususnya di Semen Padang Hospital. Dengan kondisi alam dan budaya Sumatera Barat yang unik dan sangat menarik untuk wisatawan domestic maupun internasional, seharusnya program ini bisa menjadi salah satu program unggulan yang akan mendatangkan pendapatan bagi pihak Rumah Sakit yang melakukannya.

Dengan dibuatnya program *medical tourism* di Semen Padang Hospital penulis mendapatkan pengalaman secara menyeluruh dimulai dari bagaimana perencanaan suatu program, proses pelaksanaan pembuatan program tersebut sampai evaluasi yang sudah dilakukan. Banyak proses negosiasi yang dilakukan antara kedua belah pihak yaitu PT Duta Wisata Jaya dan Semen Padang Hospital sendiri selama proses pembuatan program *medical tourism* ini. Begitu juga proses negosiasi dengan pihak pengelola tempat wisata dan pengusaha kuliner ketika proses video promosi diambil. Penulis sangat terbantu ketika mengalami semua proses ini sudah terlebih dahulu dibekali secara keilmuan di kampus mulai mengenai proses komunikasi, negosiasi, pembuatan script dan video.

Untuk selanjutnya akan dilihat apakah teori sosial kognitif ini bisa terbukti efektif dalam melakukan proses promosi kesehatan dan pariwisata yang dilakukan dalam program *medical tourism* ini. Nantinya akan dilakukan evaluasi dan perhitungan data adanya peningkatan atau penurunan orang yang melakukan medical check up di Semen Padang Hospital setelah program ini diluncurkan

## 4.2 Saran

Ada beberapa poin yang penulis catat selama proses pembuatan Tugas Akhir ini yang diharapkan bisa untuk menjadi perbaikan ketika akan melakukan kegiatan serupa.

1. Setelah ada kesepakatan dalam melaksanakan suatu program, ada baiknya kesepakatan itu diingatkan beberapa kali sehingga membuat pemahaman yang sama mengenai kesepakatan yang telah disetujui.
2. Ketika ada proses negosiasi yang dilakukan, sebaiknya kedua belah pihak sama-sama menginginkan yang terbaik untuk kedua belah pihak sehingga proses negosiasi bisa berjalan dengan baik. Dan ketika satu pihak sudah menutup semua kemungkinan untuk negosiasi tersebut sebaiknya tidak usah diteruskan dan segera dicarikan alternatif berikutnya.
3. Sebaiknya ketika sudah melakukan pembuatan script secara terperinci, diikuti pelaksanaanya sesuai tahapan yang dibuatkan begitu juga dengan pemilihan talent.
4. Video promosi sebaiknya memang dibuat dengan durasi yang tidak terlalu panjang sehingga orang akan betah melihat dalam waktu tertentu

