

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Melalui penelitian yang dilakukan oleh peneliti tentang “Analisis Kegiatan Promosi Pariwisata Cafe Sawah di Desa Wisata Pujonkidul” yang dikaji sesuai hasil di lapangan dan pembahasan terhadap fokus permasalahan, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kegiatan promosi dimulai dengan kegiatan perencanaan promosi yang dipertimbangkan dalam menetapkan kegiatan promosi oleh pihak pengelola Cafe Sawah adalah melakukan analisis proses komunikasi seperti, menentukan dan mengidentifikasi khalayak yang dituju, memilih saluran komunikasi (media), merancang pesan, serta pemilihan alat-alat yang digunakan dalam promosi.
2. Media yang digunakan dalam kegiatan promosi di Cafe Sawah yaitu brosur, *website*. Sedangkan alat-alat promosi yang digunakan yaitu *advertising* (Iklan), *Public Relations*, dan *Personal Selling* (Penjualan Personal).
3. Implementasi dari kegiatan promosi apabila dilihat dari efektivitas penggunaan media dan alat-alat promosinya masih belum berjalan maksimal. Hal ini terlihat dari postingan pada media promosi yang dilakukan di internet,

yaitu website Desa Wisata Pujonkidul. Selanjutnya penggunaan media sosial pada instagram sudah dilakukan cukup baik dilihat dari hasil postingan berupa foto dan video singkat yang di posting, Namun penyampaian pesan pada postingan foto yang ada pada instagram masih belum cukup dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke Cafe Sawah.

4. Dampak dari kegiatan promosi yang dilakukan menunjukkan bahwa dampak atau efeknya sangat terasa pada masyarakat lokal. Dilihat dari hasil laporan tahunan dan evaluasi kegiatan yang menunjukkan dengan adanya kegiatan promosi jumlah pengunjung yang semakin meningkat, serta berkurangnya tingkat pengangguran khususnya pada kalangan anak muda yang berada di Desa Wisata Pujonkidul. Namun evaluasi yang dilakukan tidak melibatkan pengunjung (wisatawan) yang berada di Desa Wisata Pujonkidul.

B. Saran

Melalui pembahasan diatas terdapat beberapa hal yang dapat disarankan pada Cafe Sawah agar dapat mencapai kegiatan promosi yang maksimal, antara lain:

1. Pada perencanaan promosi yang dipertimbangkan oleh pihak pengelola Cafe Sawah dalam proses komunikasi seperti menentukan dan mengidentifikasi khalayak serta pemilihan media dan merancang pesan hendaknya pesan yang disampaikan pada media baik melalui *website* dan media sosial yang lain lebih menjurus pada bagaimana wisatawan akan teretarik untuk berkunjung.

2. Terkait dengan media yang digunakan dalam kegiatan promosi seperti brosur dan *website*, kiranya pada penyebaran brosur tidak hanya di sebarakan pada saat *event* tertentu yang diselenggarakan oleh kedinasan atau pihak komunitas lainnya melainkan menyediakan brosur di setiap objek destinasi yang ada di Cafe Sawah. Hal ini dapat menarik wisatawan serta menambah wawasan wisatawan untuk mengetahui apa saja yang ada di desa tersebut dan niat untuk berkunjung.
3. Hendaknya pihak pengelola Cafe Sawah apabila dilihat dari efektivitas penggunaan media khususnya pada media sosial instagram, kiranya postingan foto maupun video yang dilakukan bukan hanya tertuju pada satu objek saja melainkan semua objek yang ada di Cafe tersebut, hal ini terkait dengan nama akun yang tertera bahwa nama akun tersebut adalah Desa Wisata Pujonkidul. Hal ini dapat memicu keinginan wisatawan untuk berkunjung ke satu objek saja dan tidak melakukan kunjungan ke objek lainnya.
4. Evaluasi yang diadakan setiap tahunnya di Desa Wisata Pujonkidul sekiranya tidak hanya melibatkan pengelola, masyarakat lokal, maupun instansi yang terkait lainnya, melainkan ikut melibatkan wisatawan yang berkunjung dengan cara menyebarkan beberapa pertanyaan atau kuesioner kepada pengunjung. hal ini perlu dilakukan sebagai tambahan evaluasi untuk perkembangan desa tersebut.