

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti jelaskan mengenai **Strategi Komunikasi Pemasaran Pemerintah Kabupaten Bogor Melalui Program Bogor Sport And Tourism Dalam Mempromosikan Tempat Wisata Kabupaten Bogor (Studi Deskriptif Strategi Komunikasi Pemasaran Pemerintah Kabupaten Bogor Melalui Akun Media Sosial Instagram @bogor_SportAndTourism Dalam Mempromosikan Tempat Wisata di Kabupaten Bogor)**, maka peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut :

- 1) Tujuan pemasaran yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Bogor Melalui Program Bogor *Sport And Tourism*, memaksimalkan potensi pariwisata yang dimiliki oleh kabupaten Bogor dari segi taman wisata buatan, wisata alam dan wisata kebudayaan desa wisata. Potensi wisata yang indah akan mendatangkan wisatawan dari berbagai macam daerah. Pemerintah membantu masyarakat melalui promosi tempat pariwisata, agar masyarakat di setiap daerah bisa tetap bekerja di sektor pariwisata, sehingga dapat menaikkan dan memulihkan ekonomi daerah di kabupaten bogor yang terdampak oleh pandemi Covid – 19. Menyediakan tempat/*stand* untuk UMKM berjualan oleh – oleh Khas Bogor untuk berjualan dan mendukung bisnis UMKM agar maju. Membuat *event* kreatif untuk memajukan Kabupaten Bogor sehingga citra yang di dapatkan akan selalu positif di mata masyarakat. Memanfaatkan setiap potensi pariwisata di kabupaten bogor seperti tujuan yang di gagas oleh Bupati Bogor Ade Yasin, untuk memulihkan ekonomi daerah yang terdampak dengan salah satunya dengan pariwisata di kabupaten Bogor.
- 2) Sasaran pemasaran yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Bogor melalui program Bogor *Sport and Tourism* dikelompokkan menjadi 2, yaitu dengan strategi penentuan sasaran 4 perspektif dan melalui fitur instagram. Pertama strategi 4 perspektif yaitu stakeholder, customer, internal process

dan learning & growth. Dalam 4 sasaran strategis dipetakan berdasarkan kondisi yang berada di Kabupaten Bogor dalam strategi tersebut telah dipakai sejak lama oleh pemerintah Kabupaten Bogor dalam penentuan setiap sasaran wisatawan Kabupaten Bogor. Tetapi hal berubah ketika Program Bogor *Sport and Tourism* menggunakan *new media* untuk promosi wisata dikabupaten Bogor, penentuan sasaran bisa di permudah oleh fitur yang dimiliki *instagram* dalam menentukan sasaran. Fitur dari *instagram* tersebut bisa mengenali dari daerah mana asal wisatawan, umur dan jenis kelamin. Fitur dari *instagram* tersebut tentu memudahkan bagi program *Sport and Tourism* untuk mengetahui sasaran pemasaran dari pariwisata Kabupaten bogor.

- 3) Pesan pemasaran yang dilakukan oleh pemerintah kabupaten Bogor dalam kaitannya untuk berwisata agar saling menjaga satu sama lain itu merupakan hal yang sering disampaikan oleh Bupati Bogor dan jajarannya. Pesan yang selalu disampaikan adalah 5 M yaitu menjaga jarak, memakai masker, mencuci tangan, membatasi interaksi, menjauhi kerumunan. Pesan tersebut selalu disampaikan di tempat wisata maupun di banner atau baliho dan disampaikan juga melalui media sosial. Tempat wisata dikabupaten Bogor juga berstandar CHSE atau Cleanliness (Kebersihan), Health (Kesehatan), Safety (Keamanan), dan Environment Sustainability (Kelestarian Lingkungan), pesan tersebut juga sering disampaikan di beberapa media sosial, media cetak maupun media massa. Hal tersebut merupakan keseriusan pemerintah Kabupaten Bogor menjaga setiap wisatawan yang sedang berlibur di kabupaten Bogor. Dalam penyampaian informasi melalui media, pemerintah Kabupaten Bogor, menggunakan media sosial Instagram, youtube, Facebook, website, Media elektronik TV Commercial, Videotron, Media massa, Radio Tegar Beriman, media cetak Majalah lionmag, baliho. Selain efektif new media seperti instagram, youtube dan facebook sangat digemari oleh masyarakat dalam arti trend media sosial yang sering digunakan oleh masyarakat karena dalam

penggunaan aplikasi tersebut mudah dipahami tentunya agar pesan yang disampaikan melalui media akan efektif.

- 4) Pengembangan *promotional mix* yang digunakan oleh pemerintah Kabupaten Bogor melalui program *Sport and Tourism* memiliki hasil positif dari masyarakat, support dan dukungan dari masyarakat dalam pemulihan ekonomi oleh sektor pariwisata membuahkan hasil yang positif diantaranya saat program *Sport and Tourism* mengadakan lomba video kreatif, dari 350 peserta yang di ikuti mayoritas masyarakat kabupaten Bogor, 75 tempat wisata baru, ditemukan dan belum terdaftar. Dalam hal tersebut, peran masyarakat dalam pemulihan ekonomi sangat penting karena telah membantu menemukan tempat wisata yang belum terdaftar di data pemerintah Kabupaten Bogor. Selanjutnya ada acara Gerakan Cinta Makanan Tradisional Bahan Pangan Lokal, acara tersebut melibatkan masyarakat dan Pelaku UMKM ini menjadi salah satu program dalam rangka pemulihan ekonomi daerah, Kegiatan merupakan bentuk kepedulian pemerintah Kabupaten Bogor, untuk ikut ambil bagian dalam melestarikan dan melahirkan berbagai inovasi makanan tradisional asli Kabupaten Bogor agar tidak pudar diterjang serbuan makanan internasional.
- 5) Evaluasi yang dilaksanakan oleh Program *Sport and Tourism* selalu diadakan sesudah kegiatan atau *event* dan melakukan evaluasi harian, mingguan, bulanan hingga tahunan. Yang unik dalam pelaksanaan evaluasi program Bogor *Sport and Tourism*, selalu menghadirkan pelaku wisata yang ada di Kabupaten Bogor forum tersebut untuk membahas terkait pariwisata di kabupaten Bogor. karena pariwisata ini sangat terpuruk, maka selalu ada diskusi antar pelaku wisata dan Pemerintah Kabupaten Bogor.

Strategi Komunikasi Pemasaran Pemerintah Kabupaten Bogor Melalui Program Bogor Sport And Tourism Dalam Mempromosikan Tempat Wisata Kabupaten Bogor memiliki nilai lebih terhadap citra yang dihasilkan untuk Kabupaten Bogor, tak heran dalam acara yang di selenggarakan selalu mendapat pujian. Event yang di selenggarakan merupakan upaya pemerintah dalam

membangkitkan ekonomi daerah. Melalui *instagram Bogor Sport and Tourism* berbagai informasi terkait tempat wisata bisa didapat, karena banyak sekali video dan foto tempat wisata yang berada di kabupaten Bogor.

5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian, Peneliti mampu menyampaikan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan oleh Pemerintah Kabupaten Bogor melalui program *Bogor Sport and Tourism* dengan berikut :

5.2.1 Saran Untuk Program Bogor Sport and Tourism

Dari uraian yang telah dijelaskan dan data yang didapat oleh peneliti selama melakukan penelitian di dalam program *Bogor Sport and Tourism* maka dengan segala hormat dan kerendahan hati peneliti memberikan saran sebagai berikut :

- 1) Dalam pemasaran perlu hal yang unik untuk ditonjolkan, agar ada ciri khas disetiap tempat wisata, karena berangkat dari hal yang unik, maka wisatawan akan mengingat tempat tersebut dan akan menimbulkan rasa puas dan rasa ingin untuk kembali berwisata. Karena masih banyak wisatawan memilih untuk berlibur ke puncak sedangkan tempat wisata di Kabupaten Bogor sangat lah banyak, maka dari itu kunjungan wisata masih belum merata, harus ada informasi unik yang harus disajikan oleh program *Bogor Sport and Tourism* yang mereka dapatkan tentang daya tarik wisata yang dimiliki Kabupaten Bogor.
- 2) Untuk pemasaran di media, program *Bogor Sport and Tourism* coba untuk menggunakan promosi yang berbeda dari promosi yang sering digunakan saat ini, contohnya lebih memanfaatkan promosi media online, seperti *facebook Ads*, *Google Ads* dan *instagram Ads* agar bisa mengajak orang untuk berwisata di Kabupaten Bogor, karena di era digital ini kita harus mengikuti trend, karena masih banyak masyarakat yang belum tau tentang program *Bogor Sport and*

Tourism, karena dijamin sekarang, persaingan sangat ketat dan promosi harus dilakukan menggunakan cara yang berbeda. Tak hanya di media online saja, di media cetak itu seperti baliho di sebar di kota lain agar bisa mendatangkan wisatawan dari daerah luar kabupaten Bogor.

- 3) Selalu mengadakan *campaign* tentang protokol kesehatan, karena masih banyak orang yang datang berwisata menyepelekan dan kurang peduli tentang protokol kesehatan, sehingga pengunjung lain merasa takut. Pandemi Covid – 19 masih menjadi halangan untuk sektor pariwisata, dalam hal ini pemerintah Kabupaten Bogor harus lebih ketat dalam pelaksanaan protokol kesehatan.
- 4) Dalam *tagline sport* perlu lebih ditonjolkan, karena saat promosi pariwisata Kabupaten Bogor, hanya sisi *Tourism*-nya saja yang dominan terlihat, masih kurang seimbang dari sisi *sport*-nya, yang muncul masih banyak dari daya tarik wisata alamnya saja, perlu adanya promosi tentang *sport* seperti tagline yang di usung program Bogor *sport and tourism*.

5.2.2 Saran Untuk peneliti selanjutnya

- 1) Peneliti harus banyak persiapan dalam melakukan penelitian, karena perbandingan skripsi dengan tugas biasa sangat jauh.
- 2) Peneliti saat pandemi Covid - 19 harus sebisa mungkin melakukan observasi ke lapangan tidak harus terpaku pada data yang berada di internet.
- 3) peneliti pada saat dilapangan melakukan wawancara, harus memperlihatkan etika yang baik pada saat wawancara, karena kita membawa nama baik kampus.