

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah di jelaskan pada bab sebelumnya mengenai Komunikasi Pariwisata Masyarakat Lokal dalam Pengembangan Desa Wisata Alamendah Kecamatan Rancabali–Kabupaten Bandung, maka dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh Desa Wisata Alamendah dilakukan dengan *e-mail marketing*, kemudian melalui media digital meliputi Website JADESTA (Jejaring Desa Wisata Indonesia) yang dikelola oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI. selanjutnya menggunakan media sosial seperti Instagram, TikTok, YouTube. Untuk produk UMKM sudah dimasukan kedalam paket wisata namun, dipasarkan juga melalui *e-commerce*. Desa Wisata Alamendah juga bekerja sama dengan kampus–kampus, sekolah, Instansi swasta, pemerintah, Asosiasi Pariwisata dan *travel agent* untuk mendapatkan jaringan yang lebih luas.
2. Masyarakat lokal sebagai pelaku utama dalam penyampain informasi kepada wisatawan. Masyarakat berperan untuk memberikan informasi mengenai atraksi wisata yang ada di Desa Wisata Alamendah, budaya lokal, serta memberikan pelayanan yang baik. Masyarakat juga menyediakan fasilitas seperti *homestay*, toilet umum, mushola, restaurant, tempat parkir dan lain-lain. Di Desa Wisata Alamendah perlu adanya penambahan fasilitas

kebersihan yaitu penambahan jumlah toilet, dan tong sampah. Akses jalan Desa Wisata Alamendah sudah bisa diakses oleh kendaraan umum maupun kendaraan pribadi. Namun, saat ini Desa Wisata Alamendah belum memiliki transportasi yang mengantar wisatawan ke tempat-tempat atraksi wisata karena jaraknya yang masih terbilang dekat sehingga masih bisa dijangkau dengan berjalan kaki.

3. Desa Wisata Alamendah memiliki banyak atraksi wisata yang ditawarkan untuk wisatawan mulai dari edukasi pertanian, peternakan, UMKM, kesenian tradisional, STEM dan lain sebagainya. Mulai dari harga yang berada pada kisaran Rp.75.000 sampai Rp.3.000.000. destinasi yang paling banyak dikunjungi oleh wisatawan yaitu Alamendah trip, adapun destinasi yang masih perlu dikembangkan yaitu bersepeda dan *birdwatching*.

komunikasi pariwisata dalam pengembangan Desa Wisata Alamendah Kecamatan Rancabali–Kabupaten Bandung sudah mengacu pada konsep *community based tourism* yaitu masyarakat terlibat langsung mulai dari perencanaan sampai pengelolaan bahkan perawatan terhadap destinasi wisata yang ada di Desa Wisata Alamendah dilakukan dan dipertanggung jawabkan oleh masyarakat lokal guna mencapai kesejahteraan masyarakat lokal. Agar destinasi wisata tetap terjaga keberlanjutannya Desa Wisata Alamendah mengacu pada prinsip *sustainability* artinya berkelanjutan dari segi ekonomi, sosial, dan budaya. Adapun kegiatan pemberdayaan masyarakat lokal yang dilakukan melalui sosialisasi dan pelatihan.

5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian mengenai Komunikasi Pariwisata oleh Masyarakat Lokal dalam Pengembangan Desa Wisata Alamendah Kecamatan Rancabali–Kabupaten Bandung, adapun saran–saran yang dapat peneliti berikan:

1. Masyarakat lokal dan pengelola Desa Wisata Alamendah bisa lebih mengoptimalkan penggunaan *e-commerce* untuk meningkatkan *brand awareness* produk UMKM misalnya dengan optimasi SEO (*Search Engine Optimization*) yaitu menggunakan kata kunci yang sering digunakan oleh khalayak saat mencari produk, atau bisa menautkan toko *e-commerce* ke media sosial dan mendorong pelanggan untuk memberikan ulasan setelah pembelian.
2. Pengelola serta masyarakat lokal Desa Wisata Alamendah bisa memperbanyak fasilitas kebersihan yang ada di Desa Wisata Alamendah terutama toilet dan tong sampah, bisa dilakukan dengan memanfaatkan program pengabdian masyarakat dari kerjasama bersama universitas atau pihak lain.
3. Peneliti yang akan melakukan penelitian dengan tema serupa, terutama kepada mahasiswa Universitas Komputer Indonesia, diharapkan lebih mendalami mengenai pariwisata terutama desa wisata, dan juga memperbanyak referensi melalui buku, artikel, jurnal yang bisa diakses melalui online atau offline guna menunjang pemahaman dalam isu atau tema yang sedang diteliti.

4. Universitas Komputer Indonesia, diharapkan lebih memperbanyak referensi buku mengenai Komunikasi Pariwisata supaya mahasiswa yang mengambil tema tersebut bisa dengan mudah mendapatkan referensi dan bisa diperbanyak jumlahnya supaya semua mahasiswa tidak kehabisan buku tersebut.