

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Pada bab ini peneliti akan membahas kesimpulan dari penelitian yang berjudul Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Air Terjun Moramo, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi komunikasi dinas pariwisata dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan Air Terjun Moramo yang digunakan yakni melalui periklanan berupa koran, brosur, spanduk, media elektronik televisi, *website* dan media sosial. *insttutisional selling* (penjualan kelembagaan) yakni dengan terus mengembnagkan ide-ide baru yaitu dengan mengadakan *event-event* dan mengikuti beberapa lomba yang diselenggarakan oleh pemerintah, Dinas Pariwisata juga melakukan promosi dengan memanfaatkan media sosial yang sangat ramai dikenal sebagai sarana penjualan yang cepat. *Direct marketing* (pemasaran langsung) strategi Dinas Pariwisata dalam hal ini yakni dengan melakukan komunikasi secara langsung maupun melalui media kepada wisatawan .
2. Faktor-Faktor Yang Mendukung Dan Menghambat Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan
 - a. Faktor pendukung yaitu dengan menggunakan media sosial, meningkatkan daya tarik wisat, sarana prasarana yang terus meningkat dan mengadakan kegiatan da mengikuti *event* atau acara yang di selenggarakan oleh pemerintah.

b. Faktor penghambat antara lain akseibilitas jalan menuju wisata kurang baik membuat pengunjung kurang nyaman, sumber daya manusia adalah kekurangan staf yang ahli dalam teknologi, dan pengelolaan pohon tumbang kurang baik yang membuat daerah sekitar objek wisata kehilangan nilai estetika dan juga menjadi kotor, media sosia yang kurang tepat juga dapat menimbulkan habatan dan fakotr terakhir adalag tidak ada nya evaluasi bulanan atau tahunan dari strategiyang di lakukan.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian tentang Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Air Terjun Moramo peneliti memberikan saran yang sekiranya dapat bermanfaat Dinas Pariwisata Kabupaten Konawe Selatan:

1. Untuk memperkenalkan atau mempromosikan objek wisata tentunya tidak mudah, dibutuhkan keahlian dalam mengkomunikasikan pesan yang ingin disampaikan kepada calon pengunjung. Penyampaian yang baik akan menarik perhatian dan minat pengunjung untuk datang ke Air Terjun Moramo. Maka dari itu peneliti berharap strategi yang digunakan lebih ditingkatkan lagi terlebih terhadap sosial media yang digunakan untuk promosi dan meningkatkan apa yang menjadi penghambat sehingga wisatawan atau pengunjung lebih menikmati suasana ketika berkunjung.
2. Bagi Peneliti menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penelitian ini. Untuk itu, peneliti memberikan beberapa saran untuk bahan

pertimbangan sebagai penyempurnaan peneliti selanjutnya, baik berupa saran teoritis maupun saran praktis.

