

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini bahwa Strategi komunikasi yang diterapkan Pemerintahan Desa Bejjong dalam meraih juara 3 kategori *Cleanliness, Health, Safety, Environment Sustainability* yaitu :

- (a) Pemerintahan Desa Bejjong melakukan sosialisasi kepada masyarakat Desa Bejjong beserta *stakeholders* yang terlibat yang berpusat di Balai Desa Bejjong melalui aplikasi sosial media grup *whatsapp* dari desa untuk dibentuk suatu forum koordinasi persiapan mengikuti lomba ADWI 2021 yang diselenggarakan oleh Kemenparekraf.
- (b) Pemerintahan Desa Bejjong telah menjalankan program kehumasan menggunakan konsep dasar strategi komunikasi yakni memilih dan menetapkan komunikator, menetapkan target sasaran analisis kebutuhan khalayak, menyusun pesan, memilih media dengan saling bersinergi antara dan saling menguatkan antara Pemerintahan Desa Bejjong, masyarakat Desa Bejjong serta *stakeholders* yang terlibat.
- (c) Strategi komunikasi dapat digunakan sebagai metode untuk merencanakan suatu agenda yang dilakukan oleh instansi pemerintah maupun swasta karena untuk mencapai tujuan yang optimal.

(d) Strategi komunikasi juga dapat digunakan untuk *membranding* suatu produk sehingga baik kesan maupun citra dapat membuat target pasar akan terus mengingat dan menjadikan rujukan produk tersebut. Masyarakat umum belum banyak yang mengenali *strategi komunikasi* sehingga dalam penggunaan dan penerapannya di kehidupan nyata jadi sangat memungkinkan masyarakat untuk dapat memanfaatkan dan mengimplementasikan dalam kehidupan sehari - hari.

5.2 Saran

Adapun saran dan masukan dari penelitian kali ini, yang akan ditujukan baik kepada segenap akademisi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dan juga Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Majapahit, serta bagi kalangan instansi pemerintah maupun swasta, berikut ini :

- (a) Komunikator semestinya seseorang yang dapat menjadi baik itu pelaku utama dalam seluruh aktivitas komunikasi, kredibilitas yang tinggi, daya tarik serta kekuatan dalam menyampaikan pesan terhadap masyarakat di Desa Bejjong ketika lomba ADWI 2021 yang diselenggarakan oleh Kemenparekraf.
- (b) Target sasaran dan khalayak yang jelas dan fokus kepada seluruh masyarakat Desa Bejjong jika memang melibatkan *stakeholder* sebaiknya yang memang memiliki kemampuan dibidang pariwisata baik itu dalam hal promosi, jaringan kerja sama pengembangan destinasi wisata maupun *branding*.
- (c) Pesan yang disusun perlu dikemas dengan baik agar dapat diterima oleh masyarakat Desa Bejjong beserta *stakeholders* yang terlibat.
- (d) Media online melalui media sosial memang baik mengingat dapat langsung diterima oleh komunikan juga menghemat banyak biaya, namun ditempat seluruh destinasi wisata di Desa Bejjong harus diperhatikan agar memudahkan wisatawan yang berkunjung terutama yang berkaitan dengan CHSE.