

BAB IV

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian diatas dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Dalam menentukan strategi komunikasi dengan menggunakan teori strategi komunikasi terdapat 4(empat) indikator yang dapat menentukan hasilnya.
2. Indikator yang mempengaruhi tersebut ialah Mengenal Khalayak, Menyusun Pesan, Pemilihan Metode, dan Menentukan Media Komunikasi.
3. Dalam indikator mengenal khalayak, pengelola tempat wisata Poetoeck Soeko sudah melakukan tahapan tersebut dengan berbagai macam cara, sehingga dapat dipastikan bahwa tahapan tersebut sudah sesuai dengan teori.
4. Kemudian indikator Menyusun Pesan, juga pengelola tempat wisata Poetoeck Soeko juga sudah melakukan tahapan tersebut. Bahkan dalam prosesnya Poetoeck Soeko sampai mengumpulkan beberapa orang yang dijadikan untuk melakukan proses tersebut.
5. Selanjutnya indikator Pemilihan Metode pun juga sama, pengelola tempat wisata Poetoeck Soeko juga sudah

melakukannya. Dengan menggunakan 2(dua) metode, yakni sosialisasi dan juga metode *campaign*.

6. Dan untuk indikator terakhir yakni Menentukan Media, pengelola tempat wisata Poetoeok Soeko juga sudah melakukan tahapannya, dengan hasil secara garis besar ada 2(dua) media, yakni media online dan juga offline. Akan tetapi pengelola Poetoeok Soeko lebih mengutamakan media online, berupa media sosial *Instagram, Facebook, dan Tiktok*.

Dalam hasil kesimpulan diatas, dapat dipastikan bahwa pengelola tempat wisata Poetoeok Soeko dalam hal ini ialah Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) sukosari sudah melakukan tahapan tersebut, dan juga hasil penelitian kali ini dipastikan juga sudah sesuai dengan teori yang peneliti gunakan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan dari penelitian tentang “Strategi Komunikasi Dalam Pengembangan Wisata Poetoeok Soeko Kecamatan Trawas Kabupaten Mojokerto”, ada beberapa saran yang diberikan oleh peneliti, yaitu :

1. Aspek Teoritis

Penelitian berkaitan dengan strategi komunikasi terutama dibidang pariwisata perlu ditingkatkan lagi sesuai perkembangan strategi komunikasi terbaru dengan media sesuai perkembangan zaman.

2. Aspek Praktis

Pelaku bisnis di bidang pariwisata perlu memperhatikan penggunaan strategi komunikasi dan media komunikasi yang tepat untuk usahanya.