

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan, maka dapat diambil kesimpulan mengenai strategi komunikasi promosi Geosite Sipinsur pada Dinas Pariwisata Kabupaten Humbang Hasundutan

1. Dalam upaya mempromosikan objek wisata Geosite Sipinsur, Dinas Pariwisata menggunakan strategi komunikasi. Terdapat beberapa tahapan yang digunakan dalam menggunakan strategi komunikasi promosi Geosite Sipinsur yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Humbang Hasundutan, di antaranya:
  - a. Mengenal khalayak, langkah awal dalam tahap strategi komunikasi Dinas Pariwisata Kabupaten Humbang Hasundutan dalam Mempromosikan Geosite Sipinsur yaitu menentukan sasaran promosi. Sasaran utama dalam promosi Geosite Sipinsur adalah wisatawan lokal dan wisatawan mancanegara
  - b. Membuat pesan, Dinas Pariwisata Kabupaten Humbang Hasundutan memiliki potensi wisata sebagai UNESCO Global Geopark, fasilitas yang memadai dan aksesibilitas jalan yang lancar merupakan bentuk promosi yang dilakukan dalam membuat dan menyusun pesan
  - c. Menetapkan metode, dalam tahap ini Dinas Pariwisata menetapkan metode yang dilakukan dalam mempromosikan Geosite Sipinsur diantaranya yaitu membuat event pagelaran seni, membuat visual gambar dan video yang menarik serta mempromosikan Geosite Sipinsur secara berulang-ulang (*redundancy*).
  - d. Pilihan dan penggunaan media, media yang digunakan Dinas Pariwisata dalam mempromosikan Geosite Sipinsur diantaranya, media cetak (booklet, leaflet, dan buku tour guide). Kemudian media

yang digunakan yaitu media sosial (facebook, instagram dan youtube. Selanjutnya media lain yang digunakan dalam mempromosikan Geosite Sipinsur yaitu melalui aplikasi ito (Informasi Touris), aplikasi ini berbentuk web dan map yang dibuat dengan tujuan menjadi sarana khalayak dalam mencari informasi pariwisata di sekitar Kabupaten Humbang Hasundutan.

2. Penggunaan media sosial seperti facebook, instagram dan youtube merupakan upaya promosi paling efektif yang dilakukan Dinas Parwisata dalam mempromosikan Geosite Sipinsur. Dimana khalayak dapat lebih mudah untuk mengetahui informasi Geosite Sipinsur dan jangkauan promosinya mencakup wisatawan loka bahkan mancanegara.
3. Strategi komunikasi promosi Geosite Sipinsur berbasis Goal Plan Action menjadi faktor dalam keberhasilan strategi komunikasi, diantaranya Dinas Pariwisata Kabupaten Humbang Hasundutan telah berhasil menjangkau sasaran wisatawan lokal dan mancanegara. Dinas Pariwisata Kabupaten Humbang Hasundutan tentunya mengalami kendala yang dihadapi dalam mempromosikan Geosite Sipinsur seperti kurangnya SDM dibidang IT maupun digitalisasi serta ketersediaan anggaran yang membuat kurangnya peralatan dalam mengambil, menginput serta memotret gambar atau video untuk menunjang promosi Geosite Sipinsur.

## **B. Saran**

Berdasarkan penelitian yang telah disimpulkan, terdapat saran dan masukan terhadap Dinas Parwisata dalam mempromosikan objek wisata Geosite Sipinsur

1. Mengadakan sosialisasi kepada beberapa pelaku-pelaku wisata dengan tujuan agar tercipta kesadaran sehingga terwujudnya objek wisata yang lebih baik.

2. Mengoptimalkan upaya promosi Geosite Sipinsur khususnya bekerja sama dengan pelaku pariwisata dalam mempromosikan Geosite Sipinsur dengan tujuan untuk menunjang aspek publikasi Geosite Sipinsur ke ranah Internasional.
3. Membentuk bidang humas khusus, dengan tujuan untuk mengatasi permasalahan kegiatan promosi oleh Dinas Pariwisata.
4. Merekrut Sumber Daya Manusia (SDM) di bidang IT dalam mempromosikan objek wisata Geosite Sipinsur.

