

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Dengan mengamati uraian- uraian yang telah dijelaskan pada bab-bab sebelumnya, serta melihat hasil penelitian kualitatif melalui wawancara dan pengumpulan data kemudian memberikan saran yang ditujukan kepada pihak Kemenparekraf. Kesimpulan dari seluruh pembahasan yang telah diuraikan pada bab- bab sebelumnya Guna menjawab penelitian yang dimaksud sebagai berikut:

5.1.1. *Cyber Public relations*

a. *Transparency*

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menekankan pentingnya transparansi dalam menyampaikan informasi terkait Kampanye sadar wisata 5.0 . Penggunaan media digital yang dimiliki oleh Kemenparekraf berperan besar dalam mengkomunikasikan Kampanye sadar wisata 5.0 kepada khalayak. Pentingnya transparansi dalam komunikasi dengan publik, khususnya melalui *media digital seperti situs web, media sosial, dan aktivasi digital*. Komitmen untuk menyampaikan informasi yang jelas dan terpercaya mengenai upaya pengembangan pariwisata tercermin dalam penggunaan media digital sebagai sarana utama dalam menyebarluaskan informasi terkait Kampanye Sadar Wisata 5.0. Keterbukaan informasi ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang akurat tentang kondisi dan kebutuhan destinasi wisata kepada masyarakat.

b. *Internet Porosity*

Dalam konsep "*internet porosity*", Kemenparekraf memanfaatkan internet sebagai media utama untuk menyebarkan informasi kepada publik. Kemenparekraf memanfaatkan kecanggihan teknologi untuk menyebarkan informasi dengan

efektif, membangun kepercayaan publik tidak hanya melalui kampanye, tetapi juga melalui konten menarik dan informatif di media sosial, terutama Instagram. Kemenparekraf menggunakan website resminya sebagai platform tambahan untuk memberikan informasi yang terpercaya. Instagram, sebagai *media digital* yang sangat efektif, mendukung Kampanye Sadar Wisata 5.0 dengan menyebarkan informasi edukatif secara cepat dan efisien, terutama terkait pelestarian destinasi wisata lokal.

c. *The Internet as an Agent*

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) memanfaatkan internet sebagai agen utama dalam menyebarkan informasi terkait Kampanye Sadar Wisata 5.0, dengan publikasi yang dirancang agar mudah dipahami, seperti dalam bentuk *flyer*. Akses internet yang luas dan mudah diakses memungkinkan informasi kampanye ini cepat menyebar dan menjangkau berbagai lapisan masyarakat, sehingga mendorong perubahan sikap yang lebih efektif dan luas dalam mendukung pengalaman wisata yang menyenangkan

d. *Richness in Content Reach*

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) telah berhasil menyampaikan informasi yang kaya dan komprehensif kepada khalayak mengenai program-programnya, terutama melalui platform YouTube. YouTube, dengan konten edukatif dan inspiratif yang mudah diakses, berperan penting dalam mendukung Kampanye Sadar Wisata 5.0. Melalui platform ini, Kemenparekraf dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam, memastikan bahwa pesan dan informasi diterima dengan baik, serta menciptakan keterlibatan yang kuat. Hal ini menunjukkan bahwa kekayaan informasi yang disampaikan mampu mendidik, menginspirasi, dan meningkatkan kesadaran masyarakat secara efektif.

5.1.2. Kampanye Sadar wisata yang dijalankan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

a. Awareness

Kampanye Sadar Wisata 5.0 bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya peran aktif khalayak dalam pengembangan pariwisata. Melalui pendekatan ini, masyarakat menjadi lebih sadar akan manfaat dari keterlibatan khalayak dalam memajukan industri pariwisata dan menciptakan lingkungan yang mendukung kegiatan wisata. Sosialisasi kampanye ini diperkuat dengan penggunaan Instagram sebagai media dokumentasi, yang membantu menyebarkan informasi dan meningkatkan kesadaran publik secara lebih luas dan efektif

b. Attitude

Aspek sikap (*attitude*) dalam Kampanye Sadar Wisata 5.0 mencerminkan pandangan dan perilaku masyarakat terhadap pariwisata. Untuk memaksimalkan dampak kampanye, setiap platform media dipilih berdasarkan karakteristiknya yang spesifik, dan strategi penyampaian informasi disesuaikan dengan platform tersebut. Selain itu, pelatihan juga dilakukan untuk memperkuat sikap positif masyarakat dan meningkatkan partisipasi aktif dalam mendukung pariwisata.

c. Behaviour

Sikap tidak selalu langsung terwujud dalam tindakan nyata, melainkan memerlukan dukungan dan kondisi yang memungkinkan. Dalam Kampanye Sadar Wisata, Evaluasi perubahan dalam kampanye dilakukan dengan memantau jangkauan dan partisipasi khalayak dalam berbagai aktivitas. Analisis terhadap partisipasi dan respons audiens terhadap konten yang disajikan memungkinkan kampanye untuk menilai sejauh mana tindakan yang diinginkan telah diadopsi oleh masyarakat.

5.1.3. Pengelolaan Cyber *Public Relations* pada Kampanye Sadar Wisata 5.0

Pengelolaan cyber public relations dalam Kampanye Sadar Wisata 5.0 sangat penting untuk mengatasi tantangan distribusi informasi yang merata, memungkinkan jangkauan audiens yang lebih luas, termasuk di daerah terpencil. Teknologi digital memungkinkan penyampaian pesan yang efektif dan efisien, serta analisis real-time yang memungkinkan penyesuaian strategi komunikasi sesuai respons audiens. Kolaborasi dengan influencer lokal dan global juga memperkuat kampanye, meningkatkan partisipasi, dan keterlibatan masyarakat. Selain itu, cyber PR berperan dalam mendukung keberlanjutan kampanye, memastikan dampak jangka panjang dan kontribusi terhadap pengembangan pariwisata yang berkelanjutan di Indonesia.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang ditemukan, berikut beberapa saran sebagai bahan masukan bagi pihak Kemenparekraf diantaranya sebagai Berikut:

1. Memaksimalkan semua praktik *Cyber Public relations* dalam mengkan tugas dan fungsinya. Mendorong para praktisi *Cyber Public relations* agar lebih aktif memposting konten di media digital yang dimiliki.
2. Kementerian Pariwisata dan ekonomi kreatif dapat mempublikasikan hasil evaluasi dari Kampanye Sadar Wisata 5.0 secara transparan kepada publik. Hal ini dapat membantu mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan sekaligus memperkuat komitmen masyarakat dalam mendukung pariwisata berkelanjutan di indonesia.