

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan bab IV, dari deskripsi responden yang mayoritas perempuan dan berkewarganegaraan asal Asia dan Eropa disimpulkan bahwa tingkat pengetahuan wisatawan mancanegara di Bali mengenai pesan dalam video pariwisata Indonesia berjudul *Wonderful Indonesia: The Journey to a Wonderful World* di *YouTube* menghasilkan tingkat pengetahuan tinggi. Wisatawan mancanegara asal Asia memiliki responden dengan tingkat pengetahuan yang cenderung tinggi dibandingkan Afrika (0%), Amerika (84,2%), Eropa (62,9%), dan Australia (90%). Dilihat dari hasil tabulasi silang antara kewarganegaraan dengan tingkat pengetahuan, Asia mendapatkan 33 (94,3%) responden dengan tingkat pengetahuan tinggi.

Tingkat pengetahuan menjadi tinggi didukung dengan bahasa pesan dalam video menggunakan Bahasa Inggris yang singkat dan jelas, sehingga wisatawan mancanegara dengan mudah memahami pesan apa yang disampaikan dalam video. Selain itu video *Wonderful Indonesia: The Journey to a Wonderful World* sebagai bentuk media informasi menjadi tinggi karena wisatawan mancanegara yang sudah akan merencanakan datang ke Indonesia, menonton video ini sebagai sumber informasi untuk menjadikan destinasi wisata mana yang akan mereka kunjungi saat datang ke Indonesia untuk berlibur.

V.2 Saran

V.2.1 Saran Akademis

Pada penelitian ini, peneliti hanya terbatas hingga mengetahui tingkat pengetahuan wisatawan mancanegara di Bali mengenai pesan dalam video pariwisata Indonesia berjudul *Wonderful Indonesia: The Journey to a Wonderful World* di *YouTube*. Saran peneliti adalah penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi penelitian serupa lainnya atau penelitian ini dapat disempurnakan lebih baik lagi dikemudian hari, hal ini dilakukan untuk melihat fenomena serupa dari sisi lainnya misalnya untuk pendekatan dan metode penelitian dilakukan dengan cara lain.

V.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian yang didapat bahwa tingkat pengetahuan wisatawan mancanegara di Bali mengenai pesan dalam video pariwisata Indonesia berjudul *Wonderful Indonesia: The Journey to a Wonderful World* di *YouTube* adalah tinggi. Maka dari itu peneliti ingin memberikan saran, pertama, wisatawan mancanegara agar lebih banyak mengetahui bahwa ada banyak sekali destinasi wisata di Indonesia selain Pulau Bali. Kedua, peneliti berharap kepada Kementerian Pariwisata Indonesia diperbanyak lagi membuat video-video seperti ini, agar tujuan untuk menaikkan tingkat kepercayaan diri bangsa, mempunyai kredibilitas, dan bisa di nilai dengan standart dunia lebih tercapai lagi.

Daftar Pustaka

- Ardianto, Elvinaro, Lukiati Komala, dan Siti Karlinah. (2015). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi*. Bandung: Simbosia Rekatama Media.
- Ardianto, Elvinaro, Lukiati Komala. (2004). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbosia Rekatama Media.
- Cangara, Hafied. (1998). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Cangara, Hafied. (2009). *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Revisi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Danandjaja. (2012). *Metodologi Penelitian Sosial: Disertai Aplikasi SPSS For Windows*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Effendy, Onong Uchjana. (2007). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Engel, James F., Blackwell, Roger. D., & Miniard, Paul W. (1994). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Kriyantono, Rachmat. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Lind, Douglas A, dkk. 2015. *Teknik-teknik Statistika dalam Bisnis & Ekonomi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Moerdijati, Sri. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Surabaya: PT Revka Petra Media.
- Mulyana, Deddy. (2015). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosia Rekatama Media.
- Romli, Khomsahrial. (2016). *Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Grasindo.

Sari, Endang S. (1993). *Audience Research: Pengantar Studi Penelitian Terhadap Pembaca, Pendengar dan Pemirsa*. Yogyakarta: Andi Offset.

Silalahi, Ulber. (2015). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: PT Refika Aditama.

Wawan, Dewi. (2011). *Teori & Pengukuran: Pengetahuan, Sikap, Dan Perilaku Manusia*. Yogyakarta: Nuha Medika.

Jurnal :

Arindita, Vera. 2013. "Tingkat Pengetahuan Perempuan Surabaya Mengenai Iklan

Corporate Social Responsibility Revlon Kiss For Life Melalui Media Above dan Below The Line". Dalam *Jurnal E-Komunikasi*. Vol. 1. No. 1. p.4.

Utama, I Gusti Bagus Rai. 2013. "Strategi Menuju Pariwisata Bali yang Berkualitas". Dalam *Jurnal kajian Bali*. Vol. 3. No. 2. p.8.

Linando, Jennie. 2013. "Tingkat Pengetahuan Karyawan JW Marriot Hotel

Surabaya Terhadap Brand Identity Perusahaan". Dalam *Jurnal E-Komunikasi*. Vol. 1. No. 2. p.2.

Juwito. 2009. "Tingkat Pengetahuan Komunitas Evergreen di Surabaya Terhadap

Rubrik Evergreen: Life Begins At 50 di Surat Kabar Jawa Pos". Dalam *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol. 1. No. 2. p.155.

Wongkar , Pretty Aprilita. 2017. "Tingkat Pengetahuan Masyarakat Surabaya

Mengenai Brand Baru Indosat Ooredoo". Dalam *Jurnal E-Komunikasi*. Vol. 5. No.1. p.5.

Pranata, Felicia. 2015. “Tingkat Pengetahuan Pengguna XL di Surabaya Mengenai Logo Baru XL”. Dala Jurnal E-Komunikasi. Vol. 3. No. 2. p.4.

Internet dan lain-lain :

World Tourism Organization UNWTO. “Who We Are”, diunduh dari <http://www2.unwto.org/content/who-we-are-0>, 20 Januari 2018, pukul 17.10 WIB.

World Tourism Organization Conference Services. (2017). “UNWTO Tourism

Video Competition”, diunduh dari <https://lmd.unwto.org/unwto-tourism-video-competition-2017> , 20 Januari 2018, pukul 17.16 WIB.

Biro Humas Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2017). “Menteri

Kominfo dan Menteri Pariwisata Berikan Tantangan Komunikasi Pemerintah Era Sosial Media”, diunduh dari https://www.kominfo.go.id/content/detail/11536/siaran-pers-no-227hmkominfo112017-tentang-menteri-kominfo-dan-menteri-pariwisata-berikan-tantangan-komunikasi-pemerintah-era-sosial-media/0/siaran_pers, 23 Maret 2018, pukul 14.57 WIB.

Hamzah, Yeni Imaniar. (2013).” Potensi Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Interaktif Pariwisata Indonesia”, diunduh dari <file:///C:/Users/asus/Downloads/kemenpar%20media%20sosila.pdf>, 23 Maret 2018, pukul 15.22 WIB.

Suwardiman. (2016). “Indeks Pariwisata Indonesia, Denpasar Menjadi Acuan”, Diunduh dari <http://travel.kompas.com/read/2016/09/28/221800527/indeks.pariwisata.indonesia.denpasar.menjadi.acuan> , 20 Januari 2018, pukul 17.40.

Badan Pusat Statistik. (2017). “Berita Resmi Statistik: Perkembangan Pariwisata dan Transportasi Nasional Desember 2017”, diunduh dari www.bps.go.id, 20 Januari 2018, pukul 17.56

Rizqi Y. (2017). “Bangga! 5 Video Promosi Wisata Wonderful Indonesia Masuk Nominasi International Tourism Film Festival”, diunduh dari

<https://phinemo.com/bangga-5-video-promosi-wisata-wonderful-indonesia-masuk-nominasi-international-tourism-film-festival/>, 1 Desember 2018, pukul 19.00.

I Made Asdhiana. (2017). “Film Pariwisata Indonesia Raih Penghargaan di Bulgaria”, diunduh dari <https://travel.kompas.com/read/2015/04/05/140300327/Film.Pariwisata.In.donesia.Raih.Penghargaan.di.Bulgaria>, 1 Desember 2018, pukul 19.16.

Cnn.com. (2017). “Dubes Bulgaria Ikut Promosikan Wonderful Indonesia”, diunduh dari <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20170414170600-307-207616/dubes-bulgaria-ikut-promosikan-wonderful-indonesia?>, 1 Desember 2018, pukul 19.22.

Jpnn.com. (2017). “Dubes RI di Bulgaria Cari Formula Promosi Pariwisata”, diunduh dari <https://www.jpnn.com/news/dubes-ri-untuk-bulgaria-bantu-cari-formula-promosikan-pariwisata?page=1>, 1 Desember 2018, pukul 20.01.

Balipos. (2017). “Presiden Jokowi Ajak Vote Video Pariwisata Indonesia Juara Umum di UNWTO”, diunduh dari <http://www.balipost.com/news/2017/09/16/21639/Presiden-Jokowi-Ajak-Vote,Video...html>, 1 Desember 2018, pukul 20.30.

Radar Malang.com. (2017). “Rahasia Dibalik Kemenangan Video Wonderful Indonesia di UNWTO”, diunduh dari <https://travel.radarmalang.id/rahasia-di-balik-kemenangan-video-wonderful-indonesia-di-unwto/>, 1 Desember 2018, pukul 21.03.

Kemenpar.go.id. (2017). “Organisasi Dan Tata Kerja Kemenpar”, diunduh dari http://www.kemenpar.go.id/userfiles/PERMEN%20PAR%20No_11%20TAHUN%202017%20ttg%20ORGANISASI%20dan%20TATA%20KERJA%20KEMENPAR.pdf, 14 Februari 2019, pukul 16.02.

Hardyanto. (2017). “Pesona Indonesia/ Wonderful Indonesia: Inspirasi di balik Jenama Pariwisata Indonesia”, diunduh dari <https://setkab.go.id/pesona-indonesiawonderful-indonesia-inspirasi->

di-balik-jenama-pariwisata-indonesia/, 15 Februari 2019, pukul 14.50.

BPS Provinsi Bali. (2018). “Perkembangan Pariwisata Bali 2018”, diunduh dari <https://bali.bps.go.id/pressrelease/2019/02/01/717253/perkembangan-pariwisata-bali-desember-2018.html>, 15 Februari 2019, pukul 16.00.

Buletin Dewata. (2017). “Faktor Pemicu Pergerakan Turis Eropa ke Bali”, diunduh dari <http://www.buletindewata.com/pariwisata/2017/07/25/2168/faktor-pemicu-pergerakan-turis-eropa-ke-bali.html/amp>, 3 Mei 2019, pukul 10.00.

Risna Nur Rahayu. (2018). “Menyambangi Sejumlah Negara, Brand Wonderful Indonesia Makin Mendunia”, diunduh dari <https://news.okezone.com/read/2018/11/24/337/1982227/menyambangi-sejumlah-negara-brand-wonderful-indonesia-makin-mendunia>, 5 Mei 2019, pukul 14.00.

Endang Saputra. (2018). “Promosi Wonderful Indonesia Merambah Transportasi Publik Australia”, diunduh dari <https://jpp.go.id/ekonomi/pariwisata/327646-promosi-wonderful-indonesia-merambah-tranportasi-publik-australia>, 4 Mei 2019 pukul 20.00.

Shinta Angriana. (2017). “Gencar Promosikan Wonderful Indonesia, Kemenpar Gandeng Artis-Artis Pengusaha”, diunduh dari <https://m.detik.com/travel/travel-news/d-3726648/gencar-promosikan-wonderful-indonesia-kemenpar-gandeng-artis-artis-pengusaha>, 4 Mei 2019, pukul 20.00.

Kompas.com. (2014). “Inilah Wyag, Ikonnya Raja Ampat Papua”, diunduh dari <https://travel.kompas.com/read/2014/07/07/112941827/Inilah.Wyag.Ikonnya.Raja.Ampat.Papua>, 5 Mei 2019, pukul 13.00