

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

A. SIMPULAN

Kesimpulan yang dapat disampaikan pada bagian akhir ini akan merangkum berbagai penjelasan berdasarkan hasil penelitian sebagai intisari dari penelitian ini. Pembahasan serta data yang telah diperoleh dari penelitian ini yaitu mengenai strategi *public relation* dalam upaya menjaga citra destinasi wisata di Museum Nasional Indonesia, kesimpulan maupun intisari yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut :

1. Teridentifikasi adanya peran dari *public relation* pada pengelolaan museum melalui struktur organisasi pada divisi humas dan publikasi. Berdasarkan hasil penelitian adanya aktivitas yang dirancang oleh pihak pengelola seperti pengelolaan *social media*, dan *platform digital* seperti *website*, *instagram*, *facebook*, *whatsapp*, *twitter*, dan *tiktok* telah memberikan pengaruh citra positif (*brand image*) dari Museum Nasional Indonesia pada pandangan maupun persepsi publik yang membuat adanya *engagement* dengan masyarakat serta menjadi lebih bijak dalam menghadapi berita negatif dari adanya kejadian merugikan pada museum. Peran yang dimiliki oleh divisi humas dan publikasi juga merupakan bagian dari kegiatan *digital marketing* sehingga peran ini dapat mempengaruhi kualitas destinasi dan juga jumlah kunjungan wisatawan.

2. Strategi yang dimiliki oleh Museum Nasional Indonesia dalam menjaga citra destinasi wisata diantaranya berkoordinasi dengan pihak internal dalam penyampaian informasi yang akan disebarkan kepada masyarakat, memiliki konsultan ahli untuk berdiskusi tentang tanggapan dari kejadian yang terjadi selama di museum, memiliki kerja sama dengan berbagai pihak dan juga pelatihan untuk mempelajari respon atau *treatment* yang baik bagi para pengunjung. Museum Nasional merupakan salah satu museum yang berada dibawah naungan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Riset dan Teknologi, maka museum ini memiliki kebijakan dan peraturan yang sudah diatur oleh pemerintah.

B. IMPLIKASI

Penelitian yang telah dilakukan ini diharapkan dapat memberi manfaat besar bagi banyak pihak baik dalam segi teoritis maupun dalam segi praktis, khususnya mengenai strategi pada destinasi wisata melalui peran dari *public relation* atau humas sebagai pihak pengelola destinasi wisata dalam upaya menjaga citra destinasi. Berdasarkan hasil penelitian yang telah didapatkan, implikasi yang dapat diuraikan adalah sebagai berikut :

1. Implikasi Teoritis

Dalam segi teori, penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber pengetahuan dalam pengelolaan destinasi wisata. Penelitian ini mampu memberikan gambaran peran yang dimiliki *public relation* di Museum Nasional Indonesia sebagai contoh strategi untuk memperkuat citra destinasi wisata. Hasil dari penelitian ini bisa di implementasikan sebagai salah satu teori atau langkah dalam upaya destinasi wisata untuk dapat meningkatkan nilai dan citra positif dipandangan masyarakat, hal ini dapat memberikan pengetahuan lebih dalam khususnya pada era saat ini yang dapat memanfaatkan keahlian dari teknologi digital. Penelitian ini juga menggambarkan penggunaan media sosial sebagai sarana promosi untuk menjangkau calon pengunjung yang lebih luas lagi.

2. Implikasi Praktis

Dalam segi praktis, penelitian ini menjelaskan adanya strategi untuk mengelola *platform* digital yang mampu meningkatkan destinasi wisata untuk dikenal lebih luas lagi, melalui penyebaran informasi secara digital yang sangat berpengaruh pada masyarakat era *digital* ini telah mempengaruhi pandangan ataupun opini publik terhadap destinasi wisata. Berdasarkan dampak positif dari pengaruh yang dirasakan oleh pihak pengelola, strategi *public relation* yang telah mengelola destinasi wisata Museum Nasional Indonesia ini menggambarkan adanya interaksi dengan pengunjung yang lebih intensif dan juga responsif. Penelitian ini menggambarkan bentuk penyampaian informasi dan konten *digital* yang digunakan untuk promosi.

C. REKOMENDASI

Hasil penelitian ini yang dapat menjadi rekomendasi berdasarkan dari data yang telah diperoleh diantaranya adalah :

1. Bagi Program Studi Industri Pariwisata

Penelitian yang telah diselesaikan oleh mahasiswa prodi Industri Pariwisata dapat dijadikan sebagai rujukan dalam gambaran pengelolaan destinasi wisata melalui strategi *public relation* ataupun secara digital. Penelitian ini dapat dijadikan acuan dalam penelitian selanjutnya oleh mahasiswa prodi Industri Parwisata dikemudian hari.

2. Bagi Museum Nasional Indonesia

Bagi pihak pengelola dari Museum Nasional Indonesia khususnya pada divisi humas dan publikasi, penelitian ini dapat digunakan untuk melihat sejauh mana strategi *public relation* yang telah diterapkan dalam proses pengelolaan destinasi wisata. Pihak pengelola memiliki gambaran dari pencapaian yang didapatkan untuk merancang langkah-langkah selanjutnya dalam menjaga citra positif destinasi wisata di Museum Nasional Indonesia. Penelitian ini juga dapat mengukur sebagian pencapaian aktivitas *digital marketing*. Pihak pengelola harus segera untuk memberikan informasi terkait proses renovasi sebagai bentuk upaya menjaga antusiasme calon pengunjung terhadap Museum Nasional Indonesia.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Dapat memberikan manfaat berupa teori atau pengetahuan pada bidang pariwisata khususnya mengenai strategi *public relation* dalam menjaga citra destinasi wisata. Dengan memanfaatkan hasil dari penelitian ini, penulis memberikan rekomendasi bagi penelitian selanjutnya untuk dapat menggabungkan dengan variable lainnya agar memperoleh lebih dalam gambaran penjelasan mengenai strategi dalam bidang komunikasi *digital* yang lebih optimal untuk menjaga citra (*brand image*). Penelitian ini juga sebagai bahan rujukan pengetahuan yang dapat digunakan dalam memperoleh penelitian selanjutnya pada ruang lingkup pariwisata.