

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Sebagian besar wisnus menyatakan bahwa pelaksanaan *destination branding* “Enjoy Jakarta” yang terdiri dari *culture*, *history* dan *nature* berada pada kategori tinggi, hal ini berarti bahwa pelaksanaan program *destination branding* “Enjoy Jakarta” sudah baik. Dari ketiga jenis wisata tersebut, sebagian besar wisnus memilih *nature*, diikuti oleh *culture* kemudian *history*. Indikator pada *nature* yang paling tinggi adalah pada Keorisinalitasan daya tarik wisata yang ditawarkan Kepulauan seribu, diikuti oleh Keunikan daya tarik wisata, kemudian Kelengkapan *support tourist facilities*, Ketersediaan alat transportasi untuk mencapai wisata alam Jakarta, Ketersediaan *support tourist facilities*, Kemenarikan aktivitas wisata alam Jakarta, Kemenarikan daya tarik wisata, Kemudahan alat transportasi untuk mencapai wisata alam Jakarta, Kelengkapan *basic facilities* dan yang paling rendah adalah Ketersediaan *basic facilities*. Indikator pada *culture* yang paling tinggi adalah pada Keunikan daya tarik wisata, Ketersediaan *basic facilities*, diikuti oleh Keorisinalitasan daya tarik wisata yang ditawarkan diikuti oleh, Ketersediaan *support tourist facilities*, Kelengkapan *basic facilities*, Kemenarikan daya tarik wisata, Ketersediaan alat transportasi, kemudian Kelengkapan *support tourist facilities*, Kemenarikan aktivitas wisata, dan

yang paling rendah adalah Kemudahan alat transportasi untuk mencapai wisata budaya Jakarta. Indikator pada *history* yang paling tinggi adalah pada Ketersediaan alat transportasi, Kemenarikan aktivitas wisata, Ketersediaan *basic facilities*, Ketersediaan *support tourist facilities* diikuti oleh Kelengkapan *support tourist facilities*, kemudian Kemenarikan daya tarik wisata, Kemudahan alat transportasi untuk mencapai wisata budaya Jakarta, Keunikan daya tarik wisata, dan yang paling rendah adalah Keorisinalitasan daya tarik wisata yang ditawarkan.

2. Hampir seluruhnya wisnus menyatakan bahwa citra Jakarta sebagai “Destinasi Pariwisata” berada pada kategori tinggi, hal ini berarti bahwa citra Jakarta sebagai “Destinasi Pariwisata” sudah baik, hal ini dapat dilihat dari indikator paling dominan hingga yang terendah. Indikator yang paling tinggi yaitu *destination identity* yang merupakan identitas yang dituangkan dalam bentuk logo, simbol, *packaging* dan seremonial lainnya yang terdapat dalam fisik produk tersebut, sehingga pengenalan konsumen akan produk perusahaan maupun perusahaan itu sendiri bisa terbentuk dengan cepat. Sedangkan Indikator yang paling rendah adalah *reputation*, yaitu pendapat atau pandangan umum terhadap suatu organisasi atau perusahaan.
3. *Destiantion Branding* “Enjoy Jakarta” mempunyai pengaruh yang positif terhadap citra Jakarta sebagai “Destinasi Pariwisata” dengan tingkat korelasi yang sedang.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka penulis merekomendasikan hal-hal berikut:

1. *Culture* atau wisata budaya terbukti dapat mempengaruhi citra DKI Jakarta sebagai “Destinasi Pariwisata”, namun dalam hal ini masih terdapat beberapa kekurangan yang ada didalamnya dan harus diperbaiki untuk dapat mengembangkan citra DKI Jakarta sebagai “Destinasi Pariwisata”. Salah satunya adalah dalam mengatasi masalah alat transportasi untuk mencapai wisata budaya Jakarta, yaitu Taman Mini Indonesia Indah (TMII). Bagaimanapun juga kemudahan mengakses alat transportasi untuk mencapai wisata budaya Jakarta mempengaruhi penilaian wisnus terhadap citra destinasi. Jika alat transportasi untuk mencapai wisata budaya Jakarta tersedia dengan baik, tentunya wisnus akan lebih mudah mengakses daya tarik wisata sehingga tingkat kunjungan wisnus di wisata budaya Jakarta akan meningkat sehingga berpengaruh positif terhadap citra DKI Jakarta sebagai “Destinasi Pariwisata”.
2. *History* atau wisata sejarah terbukti dapat mempengaruhi citra Jakarta sebagai “Destinasi Pariwisata”, akan tetapi masih terdapat beberapa kekurangan yaitu pada keorisinalitasan daya tarik wisata sejarah Jakarta, hal ini dikarenakan Monumen Nasional (Monas) sebagai wisata sejarah Jakarta memiliki konsep

yang tidak jauh berbeda dengan kawasan wisata sejarah serupa, sehingga wisnus tidak merasakan hal yang unik dan berbeda saat menikmati wisata sejarah Jakarta. Oleh karena itu keorisinalitasan destinasi wisata sejarah harus tetap dijaga dan dipelihara sehingga wisnus dapat menikmati atraksi wisata yang berbeda dan unik dibandingkan dengan atraksi wisata sejarah lainnya.

3. *Nature* atau wisata alam terbukti dapat mempengaruhi citra Jakarta sebagai “Destinasi Pariwisata”, hal ini perlu dipertahankan dengan memperhatikan ketersediaan *basic facilities* seperti toilet, tempat sampah, sarana ibadah, *security centre*, dan fasilitas P3K. Fasilitas yang disediakan di Kepulauan Seribu dianggap kurang memadai dan memenuhi kebutuhan wisnus. Hal ini sangat disayangkan, mengingat Kepulauan Seribu sebagai wisata alam Jakarta menawarkan keindahan yang dianggap unik dan menarik bagi wisnus ditengah Kota Jakarta yang sibuk dan dikenal dengan sebutan Kota Megapolitan.
4. Saran penulis untuk dapat meningkatkan dan mengembangkan citra Jakarta sebagai “Destinasi Pariwisata” adalah dengan meningkatkan program *Destination Branding “Enjoy Jakarta”* di setiap daya tarik wisata di Jakarta yang didukung oleh keunikan atraksi wisata, kemenarikan atraksi wisata, keorisinalitasan atraksi wisata, Ketersediaan *basic facilities*, Ketersediaan *support tourist facilities*, Ketersediaan alat transportasi untuk mencapai daya tarik wisata, dan aktivitas wisata yang dapat dilakukan di destinasi. *Destination*

Branding bertujuan untuk membangun sebuah citra yang diinginkan yang dapat menarik minat wisatawan, untuk membedakan suatu destinasi dengan pesaingnya dan memposisikan destinasi agar wisatawan melakukan pengeluaran lebih tinggi, untuk mengelola citra, dan membuat sebuah destinasi menjadi tempat yang lebih hidup dengan meningkatkan kontribusi ekonomi melalui pariwisata.

5. Sebagai bahan rekomendasi bagi para peneliti selanjutnya di Kota Jakarta, para peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian untuk mencari temuan mengenai program menarik di setiap daya tarik wisata yang dilakukan oleh Kota Jakarta melalui program *destination branding* “Enjoy Jakarta” yang memerlukan inovasi baru agar tingkat kunjungan wisnus ke Kota Jakarta meningkat sehingga meningkat juga citra Jakarta sebagai “Destinasi Pariwisata”.