

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti paparkan pada bab sebelumnya, *website* sebagai media promosi pariwisata di Kota Pariaman dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Menggunakan *new media* menjadi suatu hal yang penting untuk menyampaikan pesan pada era digitalisasi ini. Disparbud Kota Pariaman sebagai pengelola *website* pariwisata sudah memiliki kesadaran akan perlunya suatu media promosi untuk lebih memajukan pariwisata yang ada di Kota Pariaman ditambah lagi keikutsertaan Kota Pariaman pada organisasi internasional di bidang pariwisata yakni *Tourism Promoting Organization* di Asia Tenggara membuat pemerintah daerah dan Disparbud sendiri tentunya berinovasi dalam memanfaatkan teknologi agar dapat menggambarkan Kota Pariaman sebagai kota wisata di kancah internasional tergambar dengan baik melalui *website* [pariaman360.com](http://pariaman360.com). Mengusung konsep *virtual tour* pada *website*, Disparbud Kota Pariaman dibantu oleh pihak ketiga menampilkan *website* dimana pengunjung dapat melihat gambaran destinasi wisata menggunakan foto panorama yang dapat dilihat dari berbagai sisi sehingga meninggalkan kesan gambar seperti gambar aslinya. Namun penggunaan *website* masih cenderung pasif dan kurang dinamis dalam penggunaannya dibandingkan dengan media sosial. Dapat disimpulkan pemanfaatan *website* [Pariaman360.com](http://Pariaman360.com) dilihat berdasarkan teori kekayaan media tergambar bahwa meskipun *website* adalah media

yang kaya dan dapat digunakan sebagai media promosi yang baik dalam mempromosikan pariwisata yang ada di Kota Pariaman tapi potensi tersebut belum sepenuhnya bisa dimanfaatkan.

2. Kendala yang dalam pemanfaatan *website* sangat beragam. Mutasi yang terjadi di Pemerintahan, SDM yang sangat kurang untuk mengelola sebuah *website* dan kurangnya kesadaran akan pentingnya peran *website* juga menghambat perkembangan *website* sebagai salah satu media promosi yang berpotensi untuk menjangkau calon wisatawan secara lebih luas dibandingkan media sosial lainnya. Ditambah lagi karena pandemi *COVID-19*, anggaran kedinasan dipotong untuk dialihkan pada penanganan *COVID-19* sehingga pengembangan *website* masih ditangguhkan dan menunggu penganggaran dana dari pemerintah kota. Dalam hal lain, kurangnya tenaga ahli dalam pengelolaan *website* ini juga menjadi masalah dalam percepatan pengembangan *website* pariwisata Kota Pariaman. Promosi melalui media sosial juga lebih gencar dilakukan dibanding pembaharuan isi *website* karena dianggap lebih gampang dalam penggunaannya dibanding *website*.

## 5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dijelaskan, maka dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. *Website* pariwisata yakni [pariaman360.com](http://pariaman360.com) yang sudah di buat hendaknya dimanfaatkan dengan baik dalam rangka menginformasikan dan mempromosikan destinasi wisata dan daya tarik wisata di Kota Pariaman. Sehingga *website* benar-benar menjadi suatu media promosi yang baik bagi

Disparbud Kota Pariaman dan berguna bagi masyarakat Kota Pariaman dalam mempromosikan wisata daerah.

2. *Website* seharusnya bisa ditambahkan dengan pilihan bahasa yang beragam sehingga dapat dipahami semua pengunjung yang membukanya, baik untuk pengunjung lokasi, nusantara maupun international. Kesegeraan (*Immediacy*) pada *website* juga mesti diperhatikan, sehingga pengunjung bisa selalu mendapatkan informasi yang terbaru. Hal tersebut dapat menambah kegunaan pada *website* sehingga menjadi media yang 'kaya' yang dapat memenuhi kebutuhan informasi pengunjungnya.
3. Perlu adanya sosialisasi dan dukungan dari pemerintah setempat terhadap pengembangan pemanfaatan *website* pada instansi kedinasan karena masih banyak dinas yang tidak mengerti pentingnya menggunakan *website* untuk lebih memudahkan kerja mereka apalagi dalam hal promosi dan pemasaran produk dari dinas itu sendiri.
4. Pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Pariaman di Bidang Pemasaran telah dibentuk tim khusus untuk promosi melalui media sosial yang dinamai pasukan medsos. Seharusnya hal ini dapat juga dilakukan hal yang sama terhadap *website*, mengingat banyak anak muda di luar sana yang kreatif dan memiliki ide-ide unik yang potensinya bisa dimanfaatkan untuk perkembangan *website* pariwisata Kota Pariaman.
5. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan bisa meneliti lebih jauh lagi mengenai *website* sebagai media promosi pariwisata di Kota Pariaman dalam sudut pandang yang berbeda.