

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Strategi *destination branding* yang diterapkan oleh Pemerintah Desa Sonorejo dalam mengembangkan Desa Wisata melalui Wisata Sendang Sumber Agung terbukti efektif dalam membangun citra positif destinasi. Pengembangan identitas visual yang konsisten, keterlibatan komunitas lokal, pemasaran digital yang terintegrasi, dan perbaikan infrastruktur semuanya berperan dalam menciptakan pengalaman wisata yang autentik dan menarik. Identitas visual yang kuat memudahkan pengenalan dan pengingatan destinasi, sementara keterlibatan masyarakat memastikan bahwa pesan yang disampaikan relevan dan konsisten dengan budaya lokal. Pemasaran digital memperluas jangkauan promosi, dan perbaikan infrastruktur mendukung kualitas pengalaman wisata. Secara keseluruhan, pendekatan komprehensif ini telah berhasil meningkatkan visibilitas, daya tarik, dan keberlanjutan Desa Sonorejo sebagai destinasi wisata.
2. Elemen-elemen penting dalam strategi branding Desa Sonorejo telah terbukti efektif dalam membentuk citra positif desa sebagai destinasi wisata. Kombinasi dari pengembangan identitas visual yang konsisten, keterlibatan aktif komunitas lokal, pemanfaatan pemasaran digital, dan perbaikan infrastruktur saling melengkapi untuk memperkuat dan membangun citra desa. Identitas visual yang dirancang dengan baik

menciptakan pengenalan yang kuat, sedangkan keterlibatan masyarakat lokal memastikan pesan yang disampaikan autentik dan relevan dengan nilai-nilai lokal. Pemasaran digital yang terencana memperluas jangkauan promosi dan menarik audiens yang lebih luas, sementara perbaikan infrastruktur mendukung kualitas pengalaman wisata. Integrasi elemen-elemen ini secara keseluruhan berhasil menjadikan Desa Sonorejo sebagai destinasi wisata yang berkelanjutan dan menarik bagi pengunjung.

B. Saran-saran

Dalam konteks penelitian tentang *Strategi Destination Branding dalam Membangun Desa Wisata Melalui Wisata Sendang Sumber Agung Desa Sonorejo Kabupaten Kediri*, terdapat berbagai aspek penting yang dapat menjadi fokus untuk penelitian lebih lanjut dan panduan bagi pembaca. Berikut adalah beberapa saran yang dapat membantu akademisi, peneliti, dan pembaca dalam mengeksplorasi dan memahami lebih dalam mengenai topik ini.

1. Saran untuk Akademisi

- a. **Pengembangan Metodologi Penelitian:** Akademisi disarankan untuk mengeksplorasi metodologi penelitian yang lebih mendalam dalam studi mengenai strategi destination branding, termasuk pendekatan kualitatif dan kuantitatif yang lebih beragam. Ini akan membantu dalam memahami lebih baik bagaimana elemen-elemen branding berinteraksi dan mempengaruhi citra destinasi.
- b. **Studi Kasus Multidimensi:** Disarankan untuk melakukan studi kasus yang mencakup berbagai destinasi wisata dengan karakteristik yang

berbeda untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang keberagaman strategi branding dan implementasinya di berbagai konteks. Ini juga akan memperkaya literatur tentang branding destinasi wisata.

- c. Interdisipliner Pendekatan: Akademisi dapat mempertimbangkan pendekatan interdisipliner yang menggabungkan ilmu komunikasi, pemasaran, dan manajemen pariwisata untuk memperoleh pandangan yang lebih holistik tentang strategi branding destinasi. Kolaborasi antara disiplin ilmu ini dapat mengungkapkan wawasan baru dan inovatif dalam pengembangan branding destinasi.
2. Saran untuk Peneliti Selanjutnya
 1. Eksplorasi Dampak Jangka Panjang: Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi dampak jangka panjang dari strategi branding pada keberlanjutan dan perkembangan desa wisata. Ini termasuk analisis bagaimana citra yang dibangun mempengaruhi pertumbuhan ekonomi lokal, kepuasan pengunjung, dan keberlanjutan lingkungan.
 2. Analisis Perbandingan: Penelitian yang membandingkan strategi branding di berbagai destinasi wisata, baik di tingkat regional maupun internasional, dapat memberikan wawasan yang berharga tentang praktik terbaik dan tantangan yang dihadapi dalam membangun citra destinasi. Ini juga dapat membantu mengidentifikasi elemen-elemen yang paling efektif dalam konteks yang berbeda.

3. Saran untuk Pembaca

- a. Penerapan Praktis: Pembaca, terutama praktisi dalam industri pariwisata, disarankan untuk menerapkan temuan dari penelitian ini dalam praktik sehari-hari. Penerapan strategi branding yang terbukti efektif dalam studi ini dapat membantu meningkatkan daya tarik dan citra destinasi wisata yang dikelola.
- b. Keterlibatan Komunitas: Pembaca yang terlibat dalam pengelolaan destinasi wisata diharapkan untuk memprioritaskan keterlibatan aktif komunitas lokal. Komunitas yang terlibat secara langsung dalam branding dan pemasaran dapat memberikan pengalaman yang lebih autentik kepada pengunjung, serta mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan lokal.
- c. Evaluasi dan Penyesuaian: Disarankan bagi pembaca untuk secara rutin mengevaluasi dan menyesuaikan strategi branding berdasarkan umpan balik dari pengunjung dan perkembangan pasar. Pendekatan yang adaptif dan responsif terhadap perubahan akan membantu menjaga relevansi dan daya tarik destinasi dalam jangka panjang.