

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Industri pariwisata telah menjadi sebuah industri yang bisa meningkatkan perekonomian sebuah daerah. Oleh karena itu setiap daerah semakin giat mengembangkan industri ini untuk menarik wisatawan datang berkunjung. Penciptaan citra daerah melalui sebuah *branding* pariwisata dipilih sebagai salah satu strategi pemasaran tidak terkecuali Wakatobi. Wakatobi sedang menunjukkan sebuah keseriusan membangun bidang ini. Berbagai promosi telah dilakukan salah satunya dengan membentuk citra Wakatobi melalui sebuah *branding* destinasi *World Marine Heritage*.

Kewujudan industri pariwisata dalam memberikan dampak positif bagi peningkatan perekonomian suatu daerah hendaknya menjadi sebuah perhatian. Oleh karenanya pelaksanaan program pariwisata seharusnya diberikan tumpuan yang lebih serius. Melalui promosi pariwisata dengan *branding*, Wakatobi menunjukkan sebuah keseriusan membangun bidang ini. Berbagai promosi telah dilakukan, salah satunya dengan membentuk citra Wakatobi melalui sebuah *brand* *World Marine Heritage*.

Hasil penelitian ini memberikan gambaran tentang bagaimana persepsi wisatawan terhadap *branding positiong* wakatobi dilihat dari data profil wisatawan yang berupa : usia wisatawan, jenis kelamin wisatawan, daerah asal

wisatawan, dan status pekerjaan wisatawan. Dilihat juga dari sumber informasi yang diperoleh wisatawan terkait destinasi wisata yang ada di Wakatobi. Sebagian besar wisatawan mendapatkan informasi mengenai pariwisata Wakatobi dari saluran antar pribadi yaitu teman atau sahabat.

Penelitian ini menemukan hasil tentang persepsi wisatawan terhadap *branding positioning* Wakatobi. Wisatawan telah memiliki persepsi positif terhadap branding destinasi Wakatobi. Persepsi positif pada keindahan laut, budaya dan keramahan masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perkara yang berhubungan dengan keramahan menjadi sebuah nilai positif bagi Wakatobi.

B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas, peneliti memberikan saran dalam penelitian ini. Saran yang pertama yakni ditujukan kepada peneliti lain yang nantinya akan meneliti terkait destination branding agar tidak hanya berfokus kepada strategi yang dilakukan oleh pihak pemerintah atau organisasi dalam mewujudkan sebuah destinasi branding.

Saran kedua ditujukan kepada pemerintah daerah khususnya Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Wakatobi agar sosialisasi dan implementasi terkait branding semakin ditingkatkan. Sosialisasi tidak hanya difokuskan kepada pelaku usaha wisata saja, namun juga masyarakat secara um

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- A.Usman. 2003. *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta:Penerbit Amara Books.
- Ali Hasan. 2009. *Edisi Baru – Marketing*. Jakarta:Penerbit MedPress
- _____. 2015 *Tourism Marketing*. Yogyakarta:Penerbit CAPS.
- Chafid Fandeli. 2001 *Dasar-Dasar Manajemen Kepariwisata Alam*. Yogyakarta:Penerbit Liberty Offset.
- Frans Gromang. 1992. *Manajemen Kepariwisata*. Jakarta:Penerbit PT Pradnya Paramita.
- Indriyano, Sudita. 1997. *Perilaku Keorganisasian Edisi Pertama*. Yogyakarta:Penerbit BPFE.
- Jalaluddin. 1991. *Psikologi Komunikasi Edisi Revisi*. Bandung:PT.Remaja Rosdakarya.
- Sarlito Wirawan Sarwono. 1992. *Psikologi Lingkungan*. Jakarta:PT.Grasindo
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- _____. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- _____. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sunarto. 2011. *Komunikasi Interpersonal*. Cetakan Pertama. Yogyakarta. Graha Ilmu.
- Undang – Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata.

Skripsi dan Jurnal

- Ari Bawanti. 2016. “Analisis *City Branding* Dalam Pengembangan Destinasi Pariwisata Kabupaten Jayapura”. *Jurnal Media Wisata*, Vol.14, No.1.
- Laetitia Karenina. 2019. *Analisis Persepsi Wisatawan Dan Pelaku Industri Pariwisata Terhadap Strategi City Branding Kabupaten Kulon Progo*. Skripsi S1 Manajemen, Universitas Sanata Dharma. Yogyakarta.
- Nina Noviasuti dan Asmarani Februandari. 2017. “Persepsi Wisatawan Lokal Terhadap Citra Kotagede Sebagai Destinasi Wisata”. *Jurnal Media Wisata*. Vol.15 No.2
- Santi Utami. 2018. *Persepsi Wisatawan Terhadap Taman Mini Indonesia (TMII)*. Skripsi S1 Pariwisata, Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA. Yogyakarta. Tidak diterbitkan
- Ria Setiawati. 2019. *Persepsi Masyarakat Hindu Di Lombok Barat Terhadap Branding Lombok Sebagai Destinasi Wisata Halal*. Skripsi, Universitas Airlangga.

Internet

- <http://www.mysultra.com/wakatobi-akan-menjadi-new-bali/> Diakses tanggal 24 Februari 2020
- <https://nasional.republika.co.id/berita/m6qhst/unesco-tetapkan-wakatobi-sebagai-cagar-biosfir-dunia> Diakses tanggal 27 Februari 2020
- www.wakatobitourism.com Diakses tanggal 24 Februari 2020
- www.google.com Diakses tanggal 7 Agustus 2020

LAMPIRAN



YAYASAN PENDIDIKAN KARYA SEJAHTERA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA

Jl. Laksda Adisucipto Km.6 (Tempel, Caturtunggal, Depok, Sleman) Yogyakarta 55281
Telp / fax : (0274) 485115 - 489514 Website : www.ampta.ac.id Email : info@ampta.ac.id, ampta@yahoo.co.id

Nomor : 1157/Q.AMPTA/III/2020
Lampiran : 1 bendel
Hal : Permohonan Penelitian

16 Maret 2020

Yth. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik
Kabupaten Wakatobi
Jalan Waruka No. 11 Wangi Wangi Mandati III
Kabupaten Wakatobi, Provinsi Sulawesi Tenggara

Dengan Hormat,

Dengan ini kami mengajukan permohonan untuk melaksanakan Penelitian di Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kab. Wakatobi selama 1 bulan terhitung mulai tanggal 23 Maret 2020 sampai dengan tanggal 22 April 2020, bagi mahasiswa/i kami dari Jurusan Pariwisata :

Nama Mahasiswa : Astri Nurjana Sadif
No. Induk Mahasiswa : 516100636
Semester : VIII

Besar harapan kami bahwa Bapak/Ibu berkenan memberikan izin pada mahasiswa kami untuk melaksanakan penelitian, sehingga dapat menyusun laporan penelitian yang berjudul :

Analisis Persepsi Wisatawan Terhadap Brand Positioning Wakatobi Sebagai World Marine Heritage. (proposal penelitian terlampir).

Atas kerjasama dan bantuan Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih.

Hormat kami,
Ketua

Drs. Prihatno, M.M.



PEMERINTAH KABUPATEN WAKATOBI
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK
Jalan La Ruku No. 8 Kel. Mandati III Kec. Wangi-Wangi Selatan
Email : badanKesatuanbangsawakatobi@gmail.com

Wangi – Wangi, 23 Maret 2020

Nomor : 070/ 54/KESBANGPOL/III/2020
Lampiran : -
Perihal : **Izin Penelitian**

Kepada
Yth. Kepala Dinas Pariwisata dan Ekonomi
Kreatif Kabupaten Wakatobi
di-
Tempat

Berdasarkan Surat Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta Nomor : 1157/Q.AMPTA\III/2020 Tanggal 16 Maret 2020 Perihal Permohonan Penelitian, Maka pada prinsipnya kami menyetujui memberikan izin penelitian kepada :

Nama : **ASTRI NURJANA SADIF**
NIM : 516100636
Jurusan : Pariwisata
Semester : VIII
Judul Penelitian : **“ANALISIS PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP BRAND POSITIONING WAKATOBI SEBAGAI WORLD MARINE HERITAGE”**
Lokasi Penelitian : Kab. Wakatobi
Waktu Penelitian : Berlangsung Mulai Tanggal 23 Maret 2020 s.d 22 April 2020

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Tidak melakukan kegiatan lain selain penelitian di maksud
2. Dalam setiap kegiatan senantiasa berkoordinasi dengan instansi terkait dan aparat keamanan demi suksesnya kegiatan penelitian
3. Senantiasa menjaga keamanan dan ketertiban serta mentaati peraturan perundang-undangan, agama dan adat istiadat yang berlaku
4. Selesai melaksanakan penelitian agar menyampaikan laporan tertulis hasil penelitian (satu) Exemplar kepada Bupati Wakatobi Up. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Wakatobi.

Demikian Surat Izin ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

a.n. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik
Kabupaten Wakatobi
Kepala Bidang Bina Ideologi dan Wawasan
Kabangsaan,



KANUN, S.Pd

Pembina, I/Wa

NIP. 19671231 199003 1 081

Tembusan : disampaikan kepada :

1. Yth. Bupati Wakatobi (sebagai laporan) di Wangi – Wangi;
2. Yth. Wakil Bupati Wakatobi (sebagai laporan) di Wangi-Wangi;
3. Yth. Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta di Yogyakarta;
4. Mahasiswa Yang Bersangkutan;
5. Arsip.

PEDOMAN WAWANCARA WISATAWAN

Mohon kesediaan saudara/i untuk berkenan mengisi kuesioner ini dengan memberikn tanda centang (√) pada jawaban yang saudara/i anggap paling sesuai.

IDENTITAS RESPONDEN

Nama Responden :

Asal Responden : Asli Kab.Wakatobi Luar Kab.Wakatobi

Jenis Kelamin : Laki-Laki Perempuan

Umur : 17 s/d 20 tahun 31 s/d 35 tahun
 21 s/d 25 tahun 36 s/d 40 tahun
 26 s/d 30 tahun > 45 tahun

Pekerjaan : PNS Wiraswasta
 ABRI/POLRI Mahasiswa/Pelajar
 Pegawai Swasta Lain-lain

- Apakah anda pernah berkunjung ke Wakatobi ?
 Ya Tidak
- Darimana anda mendapat informasi wisata di Wakatobi ?
 Teman/Keluarga/Kerabat
 Internet/Media Sosial (Facebook,Instagram,Youtube,dll)
 Media Cetak (Koran, Majalah, dll)
 Lainnya.....
- Apakah anda tahu branding pariwisata Kab.Wakatobi “World Marine Heritage” ?
 Ya Tidak

Tanggapan Respon

Pentunjuk : Pilih jawaban yang sesuai dengan pilihan anda dengan cara memberikan tanda centang (√) pada setiap pertanyaan atau pernyataan.

Keterangan : SS : Sangat Setuju

TS : Tidak Setuju

S : Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

RG : Ragu-ragu

No.	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	RG	TS	STS
1.	Branding destinasi “World Marine Heritage” sudah sesuai dengan kearifan budaya lokal masyarakat Wakatobi.					
2.	Mengetahui bahwa Kab.Wakatobi memiliki banyak tempat yang bisa dinikmati sesuai dengan branding “World Marine Heritage”					
3.	Meyakini Kab.Wakatobi memiliki daya tarik untuk dikunjungi sesuai dengan branding “World Marine Heritage”					
4.	Branding “World Marine Heritage” sudah sesuai dengan yang ditawarkan yaitu keadaan laut dan terumbu karangnya.					
5.	Dengan branding “World Marine Heritage” dapat menarik wisatawan mancanegara datang ke Wakatobi.					
6.	Kab.Wakatobi merupakan lokasi yang bagus untuk melakukan wisata <i>snorkeling</i> dan <i>diving</i>					
7.	Branding Kab.Wakatobi “World Marine Heritage” mudah diingat, mencerminkan brand personality, strategis, dan rapi					
8.	Branding destinasi “World Marine Heritage” pantas untuk Kab.Wakatobi karena kelestarian lingkungannya.					
9.	Branding “World Marine Heritage” dapat mencerminkan ciri khas Kab.Wakatobi yang terletak dipusat segitiga karang dunia					

10.	Brand Destinasi dapat mempermudah wisatawan untuk membedakan suatu destinasi dengan destinasi lainnya.					
-----	--	--	--	--	--	--

PEDOMAN WAWANCARA PEMERINTAH/DINAS PARIWISATA

KABUPATEN WAKATOBI

Identitas Informan

Nama :

Usia :

Jabatan :

Hari, tanggal :

Waktu dan tempat :

Pertanyaan :

1. Apa konsep atau ide/gagasan dari branding “World Marine Heritage” tersebut ?
2. Kenapa membuat branding seperti itu ?
3. Bagaimana menurut saudara/i respon wisatawan tentang branding positioning Kab.Wakatobi ?
4. Apa yang di tonjolkan dari Kab.Wakatobi dengan adanya branding tersebut ?
5. Permasalahan apa saja yang dihadapi Kab.Wakatobi dari pariwisatanya ?
6. Dengan melihat permasalahan yang ada, bagaimana tindakan pihak pengelola Kab.Wakatobi dari pariwisatanya ?
7. Segmentasi dan target pasar apa yang dituju oleh Pemerintah Dinas Pariwisata Kab.Wakatobi ?
8. Bagaimana strategi pengembangan pariwisata yang dilakukan Kab.Wakatobi terkait dengan branding tersebut ?
9. Apakah ada hambatan dalam melakukan strategi pengembangan tersebut ?
10. Bagaimana rencana untuk meningkatkan strategi pengembangan segmentasi pasar wisatawan mancanegara di Kab.Wakatobi ?



NAMA MAHASISWA : ASTRI NURJANA SADIQ

NO. MAHASISWA : 516100636

JUDUL PENELITIAN : ANALISIS PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP GRAND PONDORONG WAKATUBI SEBAGAI SUPRA NYATA BAWAH LAUT

NAMA PEMBIMBING I : Drs. PRIHATNO, MM.

NAMA PEMBIMBING II : MONA ERYTREA NUR ISLAMI, SIP, MA.

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
1	5/2/20	Membaca proposal Hbl di bagian ini	[Signature]
		- Koneksi pribadi di muka	
		- Bagian pertanyaan dan pertanyaan	
2	13/2/20	memeriksa bagian diskusi dan pph, masalah	[Signature]
		urusan cara diskusi	
		- Metode analisis	
		data di penelusuran	
		caranya	

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
1	05-02-20	Pembacaan latar belakang masalah	[Signature]
		perbaikan teori	
		Tanggung penelitian terdahulu	
		Informasi Disesuaikan	
		Sedetail	
		perubahan responden hrs	[Signature]
		ada	
2	17-02-20	Perbaikan latar belakang	[Signature]
3	26-02-20	Perbaikan bagian pertanyaan	[Signature]
		Tanggung teori	[Signature]

LEMBAR BIMBINGAN



NAMA PEMBIMBING I : Drs. Prihatno, MM.

NAMA PEMBIMBING II : NOVA ERYTEA NUP ISAMI, S.P., MA.

NAMA MAHASISWA : ASTRI MUJAWA SADIE
 NO. MAHASISWA : 516100636
 JUDUL PENELITIAN : ANALISIS PERSEPSI UNGGARAN TERHADAP BRAND POSITIONING WAKATOPU SEBAGAI WOFLO MARINE HEPI TAKE

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
3	24/1/20	Ward Mawar Haning dipelanda oleh Tesis non	<input checked="" type="checkbox"/>
4	24/1/20	Kuanglas, pemin di ubre revider	<input checked="" type="checkbox"/>
		Guernover di ubre revider	
5	24/1/20	Proposal AEC	<input checked="" type="checkbox"/>

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
4		metode penelitian di psballe,	
5	09-03-20	Perbaiki, questionnaire. Perbaiki, pedoman wawancara responden 30 diber alasan	<input checked="" type="checkbox"/>
6	06-03-20	Perbaiki questionnaire	<input checked="" type="checkbox"/>
7	11-03-20	ADT PROPOSAL	<input checked="" type="checkbox"/>

LEMBAR BIMBINGAN



NAMA MAHASISWA :
 NO. MAHASISWA :
 JUDUL PENELITIAN :

Astri Nurjana Sadie
 516100636
 ANALISIS PERSEPSI WISATAWAN
 POSITIF TERHADAP BRAND
 HERITAGE WAKAFABI SEBAGAI
 WOPLD MARINE

NAMA PEMBIMBING I : Drs. Prihatno, M.M.

NAMA PEMBIMBING II : MONA ERYTREA NUR ISAMU, S.Pd, MA

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
6	11/9/20	Review makalah tesis Gramady ditinjau Sumber	[Signature]
		- Air keamaan	
		Di keucutan pd	
		2 masalah yg	
		di angkat 1	
	7/9/20	- Judul gambar dipersingkat - Bagian Implikasi pengembang. an diperbaiki	[Signature]

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
8.	11-08-20	Lihat catatan di dalam	[Signature]
9.	08-09-20	Perbaiki analisis	[Signature]
10	29-09-20	Lengkapi abstrak / ket pengantar	[Signature]
11.	06-10-20	Perbaiki abstrak, kata pengantar	[Signature]
12	07-10-20	Act Ujian	

LEMBAR BIMBINGAN



NAMA PEMBIMBING I : Drs. Prihatno, MM.

NAMA PEMBIMBING II : MONA EATYEA NUR ISLAMI, SIP, MA

NAMA MAHASISWA : ASTRI NURJAWA SADIF

NO. MAHASISWA : 516100696

JUDUL PENELITIAN : ANALISIS PERSERI WISATAWAN TERKADAP BEAUD POSITIONING WAKABOTI SEORANG HERRAGE. WORLD MARINE

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
1	21/9/20	Bantuan 3 M longkopi dan diberi pengumpulan 4 buah.	
2	30/9/20	Bantuan logi gambar dan penyusunan 3 skenario dan skema 2 dan 3	
		portar	
		9 ke pendirian	
		5 ring 5.	

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF

LEMBAR BIMBINGAN



NAMA PEMBIMBING I : Drs. PRIHATNO. M.M

NAMA PEMBIMBING II : NOVA ERYTREA NUR USAMI, SIP. MA

NAMA MAHASISWA : Asri Nurjawa Sadip

NO. MAHASISWA : 516100636

JUDUL PENELITIAN : ANALISIS PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP BEA POSITIFUNG WAKATOBELI SEBAGAI WOOD MARK HERITAGE

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
10	13/11/2022	Dem Pembuat opar, Gantian & semua nya yg ada di halaman itu	<i>[Signature]</i>
		Bimbingan lagi!	
11	14/11/2022	lep. Ase	<i>[Signature]</i>

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF