

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian dan hasil penelitian serta pembahasan maka dapat dirumuskan beberapa kesimpulan. Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengenai “Strategi Komunikasi Dalam Pengembangan Objek Wisata Penangkaran Kura-Kura Belawa Oleh Badan Keswadayaan Masyarakat (BKM) Bela Asih Mandiri Kabupaten Cirebon”. Adapun kesimpulan yang dapat di tarik peneliti sebagai berikut :

5.1.1 Analisa Perencanaan

Mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan, aspek-aspek yang membantu atau merintangai pencapaian misi dan perencanaan organisasi. Aspek yang diidentifikasi dalam objek wisata kura-kura Belawa adalah kekuatan dan anggaran, sarana dan prasarana, lingkungan eksternal, politik, ekonomi, sosial, dan teknologi, dan pengaruh dari kolaborator dan kompetitor.

5.1.2 Strategi SWOT

Analisis SWOT adalah analisis sistematis dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman organisasi untuk menentukan rencana strategisnya. Kekuatan adalah faktor-faktor yang dapat diidentifikasi dan ditangani, sedangkan kelemahan adalah faktor yang tidak dapat diidentifikasi.

Analisis SWOT adalah alat penting bagi BKM Bela Asih Mandiri untuk mengembangkan dan menerapkan strategi yang efektif untuk perencanaan strategis mereka. Dengan mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, organisasi dapat lebih memahami kekuatan, kekurangan, dan potensi ancaman mereka, akhirnya mengarah pada pengambilan keputusan yang lebih baik dan kinerja yang ditingkatkan.

5.2 Saran

Untuk pengembangan potensi penangkaran kura-kura belawa, berikut adalah beberapa saran perencanaan yang dapat diimplementasikan :

5.2.1 Perencanaan dalam pengembangan

Sebagai Badan Keswadayaan Masyarakat (BKM) Bela Asih Mandiri Kabupaten Cirebon, ada beberapa strategi komunikasi yang dapat Anda terapkan untuk mengembangkan objek wisata penangkaran kura-kura belawa. Berikut adalah saran perencanaannya:

- 1) Identifikasi Target Audiens: Tentukan siapa target audiens utama dari objek wisata ini, apakah itu wisatawan lokal, regional, atau internasional. Dengan mengetahui target audiens secara spesifik, Anda dapat merancang strategi komunikasi yang lebih efektif.
- 2) Konten Menarik dan Edukatif: Buatlah konten promosi yang menarik dan edukatif tentang potensi penangkaran kura-kura belawa. Gunakan foto-foto berkualitas tinggi, video pendek yang memperlihatkan kegiatan di penangkaran tersebut serta informasi-informasi menarik seputar kura-kura belawa sebagai daya tarik bagi calon pengunjung.
- 3) Media Sosial Aktif: Manfaatkan media sosial seperti Instagram dan Facebook untuk mempromosikan objek wisata ini kepada masyarakat luas. Buat posting reguler tentang kegiatan di penangkaran tersebut dan ajak pengguna media sosial untuk berpartisipasi melalui like/share/comment.
- 4) Kerjasama dengan Pihak Terkait: Jalin kerjasama dengan instansi pemerintah setempat seperti Dinas Pariwisata atau dinas-dinas terkait lainnya untuk mendapatkan dukungan dan promosi yang lebih luas.
- 5) Event Khusus: Selenggarakan event-event khusus di penangkaran, seperti acara pemilihan duta wisata penangkaran kura-kura belawa atau kegiatan edukasi tentang perlindungan satwa langka.
- 6) Website Resmi: Buatlah website resmi objek wisata ini agar pengunjung dapat memperoleh informasi secara detail mengenai layanan, harga tiket, dan jadwal kunjungan.
- 7) Kemitraan dengan Pihak Bisnis: Jalin kerjasama dengan pihak bisnis lokal seperti hotel, restoran, atau toko souvenir untuk menciptakan paket wisata

yang menarik bagi pengunjung.

5.2.2 Strategi SWOT dalam pengembangan potensi

Untuk membantu pengembangan potensi penangkaran kura-kura belawa, Berikut adalah analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) dan saran strategi yang dapat diterapkan oleh Badan Keswadayaan Masyarakat (BKM) Bela Asih Mandiri Kabupaten Cirebon:

1) Kelebihan (*Strengths*):

Keberadaan spesies langka: Kura-kura belawa merupakan spesies unik dan langka yang menjadi daya tarik bagi wisatawan. Objek wisata dikelola oleh BKM dengan adanya dukungan dari Badan Keswadayaan Masyarakat menunjukkan komitmen untuk menjaga kelestarian kura-kura belawa.

Strategi: Manfaatkan keunikan dan kelangkaan kura-kura belawa sebagai poin penjualan utama objek wisata ini. Promosikan juga keberhasilan BKM dalam menjaga serta melestarikan spesies tersebut.

2) Kekurangan (*Weaknesses*):

Kurangnya kesadaran masyarakat: Beberapa masyarakat masih kurang mengenal tentang pentingnya pelestarian satwa langka seperti kura-kura belawa. Terbatasnya fasilitas pendukung: Fasilitas seperti toilet umum atau tempat parkir belum memadai untuk menampung kunjungan pengunjung secara massal.

Strategi: Lakukan kampanye edukasi kepada masyarakat mengenai pentingnya pelestarian kura-kura belawa dan manfaat wisata alam. Tingkatkan fasilitas pendukung yang ada agar dapat menampung jumlah pengunjung yang lebih besar.

3) Peluang (*Opportunities*):

Peningkatan minat terhadap ekowisata agar masyarakat semakin menyadari pentingnya menjaga keanekaragaman hayati, sehingga potensi objek wisata penangkaran kura-kura belawa akan semakin diminati. Kerjasama dengan pihak terkait seperti bekerja sama dengan instansi pemerintah dan organisasi lingkungan untuk mendapatkan dukungan dalam promosi serta perlindungan spesies satwa langka.

Strategi: Manfaatkan trend ekowisata yang sedang berkembang untuk mempromosikan objek wisata ini. Jalin kerjasama dengan berbagai pihak terkait guna meningkatkan aksesibilitas dan pemeliharaan habitat kura-kura belawa.

4) Ancaman (Threats):

Persaingan dari destinasi wisata lain: Adanya objek-objek wisata sejenis di daerah sekitar dapat menjadi ancaman bagi daya tarik penangkaran kura-kura belawa. Perubahan iklim atau perusakan habitat alami bisa berdampak negatif pada populasi kura-kura belawa.

Strategi: Kembangkan strategi diferensiasi dengan menonjolkan keunikan dari penangkaran kura-kura belawa. Laksanakan program pelestarian dan pemeliharaan habitat yang berkelanjutan untuk mengatasi ancaman perubahan iklim.

