

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **V.1 Kesimpulan**

Pemberian bantuan layanan internet dan pembangunan infrastruktur untuk kegiatan pariwisata di kampung Cecer adalah bentuk tanggung jawab sosial Telkom Indonesia kepada masyarakat. Program CSR desa wisata yang diusung Telkom Indonesia tersebut juga mengenalkan keindahan alam dan keberagaman budaya di kampung Cecer melalui sebuah video promosi yang ditayangkan di chanel Youtube Telkom Indonesia, karena tujuan dari program ini adalah untuk memajukan kegiatan pariwisata di kampung Cecer serta membantu pariwisata Indonesia menjadi lebih baik di benak para wisatawan.

Setelah mendapatkan hasil analisa dari penelitian ini terdapat beberapa hal yang peneliti dapat simpulkan yaitu,

1. Masyarakat kampung Cecer sangat menjaga kelestarian alam dan mereka adalah masyarakat yang religius. Adegan 1, 2, 3, 4, 6 dan 7 menunjukkan bahwa masyarakat kampung Cecer hidup tanpa merusak alam, bahkan mereka menjalani aktivitas sehari-hari berdampingan dengan alam. Kemudian pada adegan 5 dan 8 menampilkan bagaimana religiusnya masyarakat kampung Cecer, mereka memiliki tarian khas seperti tarian Caci dan Rangkuk Alu yang dilakukan untuk bersyukur kepada Tuhan atas hasil panen dan sebagai penghormatan kepada roh para leluhur.
2. Video CSR desa wisata tersebut merepresentasikan *destination branding* secara berurutan mulai dari sejarah berdirinya masyarakat kampung Cecer pada adegan 1, 2 dan 3. Kemudian menampilkan keanekaragaman budaya masyarakat kampung Cecer dalam adegan 4, 5, 6, 7 dan 8. Hingga hadirnya Telkom Indonesia untuk ikut melestarikan keindahan alam dan keragaman budaya kampung Cecer melalui program CSR desa wisata pada adegan 9, 10 dan 11.

Jumlah keseluruhan adegan yang merepresentasikan *destination branding* ada 11 adegan

## **V.2 Saran**

Peneliti memiliki beberapa hal untuk disarankan kepada para akademisi dan juga pada pihak perusahaan sebagai pelaku CSR,

### **V.2.1 Saran Praktis**

Konsep CSR desa wisata dengan tambahan mempromosikan desa binaannya melalui sebuah video, peneliti menganggap ini merupakan konsep yang bisa ditiru oleh perusahaan lainnya di Indonesia. Karena selain meningkatkan citra baik perusahaan di masyarakat, dengan melakukan CSR desa wisata citra baik pariwisata Indonesia juga akan meningkat dan secara tidak langsung membantu masyarakat di wilayah tersebut menjadi lebih produktif dengan adanya kegiatan pariwisata di wilayahnya.

### **V.2.2 Saran Teoritis**

Untuk para akademisi, peneliti berharap penelitian mengenai *destination branding* wilayah di Indonesia dapat bertambah jumlahnya terutama penelitian yang menggunakan teori semiotika untuk menganalisa *destination branding* tersebut. Selain dapat menyempurnakan penelitian yang sebelumnya, penelitian *destination branding* dengan analisa semiotika dapat membantu khalayak untuk mengenali destinasi wisata yang ada di Indonesia serta membantu memahami pesan yang menampilkan *destination branding* pada obyek yang diteliti.