

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi Pemerintah Desa Rama Agung dilaksanakan melalui tiga tahapan, yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi, bahwa strategi komunikasi yang dilakukan Pemerintah Desa berperan penting dalam meningkatkan pemahaman, dukungan, dan partisipasi masyarakat terhadap pengembangan desa wisata religi.

Pada tahap perencanaan, pemerintah desa menetapkan tujuan, sasaran, pesan, serta media komunikasi yang digunakan dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Pemerintah desa juga melibatkan tokoh agama dan tokoh masyarakat untuk mendukung penyampaian pesan terkait pengembangan desa wisata religi.

Pada tahap pelaksanaan, strategi komunikasi dilakukan melalui komunikasi langsung seperti musyawarah desa, sosialisasi, kegiatan gotong royong, dan

kegiatan keagamaan, serta komunikasi tidak langsung melalui media sosial, spanduk, dan papan informasi. Pelaksanaan komunikasi dilakukan secara persuasif dan partisipatif dengan mengajak masyarakat terlibat dalam berbagai kegiatan desa wisata religi.

Pada tahap evaluasi, strategi komunikasi menunjukkan hasil yang cukup baik, ditandai dengan meningkatnya pemahaman dan partisipasi masyarakat dalam mendukung program desa wisata religi. Meskipun masih terdapat hambatan seperti kurangnya partisipasi sebagian masyarakat dan keterbatasan promosi, pemerintah desa terus melakukan sosialisasi dan perbaikan komunikasi.

Secara keseluruhan, strategi komunikasi Pemerintah Desa Rama Agung telah berjalan cukup efektif dalam mendukung terwujudnya Desa Wisata Religi melalui perencanaan yang terarah, pelaksanaan yang melibatkan masyarakat, dan evaluasi yang dilakukan secara berkelanjutan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi masukan bagi Pemerintah Desa Rama Agung dalam mengembangkan desa wisata religi, yaitu sebagai berikut:

- a. Pemerintah Desa Rama Agung diharapkan dapat terus meningkatkan strategi komunikasi kepada masyarakat melalui sosialisasi yang lebih rutin dan komunikasi yang lebih terbuka agar masyarakat semakin memahami tujuan dan manfaat pengembangan desa wisata religi.
- b. Pemerintah desa perlu meningkatkan penggunaan media komunikasi dan promosi, terutama media sosial, agar informasi mengenai desa wisata religi dapat menjangkau masyarakat yang lebih luas dan mampu menarik minat pengunjung dari luar daerah.
- c. Pemerintah desa diharapkan terus melibatkan tokoh agama dan tokoh masyarakat dalam proses komunikasi dan pengembangan desa wisata religi karena mereka

memiliki pengaruh besar dalam membangun kepercayaan dan meningkatkan partisipasi masyarakat.

- d. Pemerintah desa diharapkan dapat meningkatkan kerja sama dengan pemerintah daerah, organisasi masyarakat, maupun pihak lain yang dapat mendukung pengembangan fasilitas dan promosi desa wisata religi agar pengembangan wisata dapat berjalan lebih optimal.
- e. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan teori atau pendekatan yang berbeda untuk memperkaya kajian mengenai strategi komunikasi dalam pengembangan desa wisata.
- f. Peneliti selanjutnya dapat memperluas jumlah dan variasi informan penelitian agar memperoleh data yang lebih komprehensif.
- g. Peneliti selanjutnya disarankan menggunakan metode penelitian yang berbeda, seperti metode kuantitatif atau mixed methods, untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih beragam.

- h. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat dilakukan dalam jangka waktu yang lebih panjang sehingga mampu menggambarkan perkembangan strategi komunikasi dan keberlanjutan program Desa Wisata Religi.



DAFTAR PUSTAKA

- Akasse, C. S., & Ramansyah, R. (2023). Strategi Promosi Pariwisata melalui Media Sosial dalam Meningkatkan Pengunjung di Desa Wisata. *Jurnal Socius: Journal of Sociology Research and Education*, 10(1), 52–60.
- Aribowo, R. (2025, 9 Mei). *Desa Rama Agung juara dua Trisakti Tourism Awards*.
https://rri.co.id/daerah/1508338/desa-rama-agung-juara-dua-trisakti-tourism-award?utm_source=
- Astawa, M. (2026). *Wawancara pribadi*. Tokoh Agama Hindu Desa Rama Agung, 29 April 2026.
- Amirwanto, P. (2026). *Wawancara pribadi*. Tokoh Agama Katolik Desa Rama Agung, 2 Mei 2026.
- Butarbutar, R. R., Wirantanaya, G. N., & Dkk. (2021). *Sejarah dan perkembangan pariwisata*.
- Cangara, H. (2013). *Perencanaan dan strategi komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 33.
- Cangara, H. (2023). *Etika Komunikasi: Menjadi Manusia yang Santun Berkomunikasi dalam Era Digital*. Prenada Media.
- Effendy, O. U. (2007). *Ilmu komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U. (2011). *Dasar Siaran, Teori dan Praktek*. In Pt.Remaja Rosdakarya Jl.
- Eko, S., Khasanah, T. I., Widuri, D., Handayani, N., Qomariyah, P., Aksa, S., & Kurniawan, B. (2014). *Developing Villages in Indonesia*.
- Eko, S., Khasanah, T. I., Widuri, D., Handayani, S., Handayani, N., & Qomariyah, P. (2014). *Desa membangun indonesia. Yogyakarta: Forum Pengembangan Pembaharuan Desa (FPPD)*.

- Ferdiansyah, H. (2020). *Pengembangan Pariwisata Halal Di Indonesia Melalui Konsep Smart Tourism*. Tornare, 2(1), 30.
- Gintulangi, S. O., & Arsana, I. K. S. (2022). Strategi Pengelolaan Wisata Religi Berkelanjutan Untuk Melestarikan Tradisi Masyarakat Islam dan Meningkatkan Perekonomian di Kabupaten Gorontalo. *Al-Mada: Jurnal Agama Sosiasl Dan Budaya*, 5(4), 563–578.
- Hadijaya, Y. (2013). *Menyusun strategi berbuah kinerja pendidik efektif*. Medan: Perdana Publishing.
- Hafied cangara. (2013). Perencanaan dan strategi komunikasi (Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2013),. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, hal.6.
- Ismail, Y. (2022). Strategi Komunikasi Dalam Sosialisasi Manfaat Pajak Bumi Dan Bangunan Daerah Di Kabupaten Bangka (Studi pada Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah (BP2RD) Kabupaten Bangka): Indonesia. *Studia Komunika: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 92–107.
- Kartika, T., Fajri, K., & Kharimah, R. (2017). Pengembangan Wisata Heritage Sebagai Daya Tarik Kota Cimahi. *Jurnal Manajemen Resort Dan Leisure*, 14(2), 35–46.
- Kartika, T., Fajri, K., & Kharimah, R. (2020). Pengembangan Wisata Heritage sebagai daya tarik Kota Cimahi. *Jurnal Manajemen Resort Dan Leisure*, 14(2), 35–46.
- Mufidah, U. (2022). *Strategi promosi penerimaan peserta didik baru di SMK Ma'arif 9 Kebumen*. Magnum Pustaka Utama, IAINU Kebumen Press.
- Mukhirto, M., & Fathoni, T. (2022). Strategi Pemerintah Desa Gandukepuh terhadap pengembangan Objek Wisata Religi. *Journal of Community Development and Disaster Management*, 4(1), 23–35.
- Mulyana, H. D., & Ma, P. D. (2023). *Komunikasi Strategis dan*

Strategi Komunikasi Organisasi.

- Name, P., Count, W., Count, C., Count, P., Size, F., Date, S., & Date, R. (2023). *3475 Words di Sekolah Menengah Pertama (Studi Kasus di SMPN 2 Ponorogo)*.
- Nurlena, N., Taufiq, R., & Musadad, M. (2021). The Socio-Cultural Impacts of Rural Tourism Development: A Case Study of Tanjung Tourist Village in Sleman Regency. *Jurnal Kawistara*, 11(1), 62.
- Onong Uchjana Effendy. (2011). *Ilmu Kounikasi: Teori dan Prakteknya*.
- Perwirawati, E., Sihombing, B., & Simamora, P. R. T. (2022). Perencanaan Komunikasi Pariwisata Dalam Pemberdayaan Masyarakat Desa Hilisataro Nandisa Menuju Desa Wisata Berbasis Sustainable Tourism Development. *Jurnal Darma Agung*, 30(2), 321–338.
- Politica, J. (2014). *Jurnal Politica*, Vol. 5, No. 1, Juni 2014 P3DI, Setjen DPR RI. 5(1), 24–27.
- Pulungan, D. A. S. (2022). *Strategi Branding Image Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Madrasah Pada Madrasah Aliyah (MA) Unit Sekolah Baru (USB) Filial MAN Batam Provinsi Kepulauan Riau*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Pulungan Deassy Arestya Saksitha. (2022). Strategi Branding Image dalam upaya meningkatkan daya saing madrasah pada madrasah aliyah (MA) unit sekolah baru (USB) filial madrasah aliyah negeri batam. In *Tesis UIN Sultan Syarif Kasim Riau*.
- Qorib, M. (2020). Buku. *Integrasi Etika dan Moral Spirit dan Kedudukannya dalam Pendidikan Islam. Kumpulan Berkas Kepangkatan Dosen*.
- Raditya. E. G. (2026). *Wawancara pribadi*. Masyarakat Desa Rama Agung, 5 Mei 2026

- Rohaeni, A. J., & Emilda, N. (2021). Wisata religi berbasis kearifan lokal dan pemberdayaan ekonomi Masyarakat Adat Kampung Dukuh. *Panggung*, 31(3), 426–438.
- Rohmah, D. M. (2024). *Strategi komunikasi penyuluh agama dalam menanamkan Nilai nilai Agama Islam di Kecamatan Banjar Agung Kabupaten Tulang Bawang*. IAIN Metro.
- Suriade, P. (2026). *Wawancara pribadi*. Kepala Desa Rama Agung, 27 April 2026.
- Sitohang, K. (2026). *Wawancara pribadi*. Tokoh Agama Kristen Desa Rama Agung, 30 April 2026.
- Sedana, G. P. (2026). *Wawancara pribadi*. Tokoh Agama Budha Desa Rama Agung, 30 April 2026.
- Suhardi, (2026). *Wawancara pribadi*. Tokoh Agama Islam Desa Rama Agung, 1 Mei 2026.
- Shannon, C. E. (1948). The Theory of Mathematical Communication. *Bell System Technical Journal*, 27, 379–429.
- Shannon, C. E. (1997). The mathematical theory of communication. *MD Computing*, 14(4), 306–317.
- Shofi'unnafi. (2022). Analisis Deskriptif Desa Wisata Religi Mlangi Berbasis Komponen 3A (Atraksi , Aksesibilitas , Amenitas) Pariwisata. *Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 13(1), 70–85.
- Sugiyono, S. (2017). *Metode penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. *Procrastination And Task Avoidance: Theory, Research and Treatment*. New York: Plenum Press, Yudistira P, Chandra.
- Sunaryo, B. (2013). *Kebijakan pembangunan destinasi pariwisata: konsep dan aplikasinya di Indonesia*. Gava Media.
- Sutoro Eko. (2022). *Buku Desa Membangun Indonesia* Forum

Pengembangan Pembaharuan Desa (FPPD). In *Forum Pengembangan Pembaharuan Desa (FPPD)*.

Tawil, Y. P., & Rahmarini, G. M. (2021). Komunikasi, Keberagaman, dan Pariwisata: Strategi Warga Rama Agung menuju Desa Wisata Religius. *Jurnal Ilmiah Syi'ar*, 20(2), 144.

Umar, H. (2010). Desain penelitian manajemen strategik. *Jakarta: Rajawali Pers*.

Yusuf hadijaya. (2014). Menyusun Strategi Berbuah Kinerja Pendidik. In *perdana Publishing*.

