



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Secara keseluruhan, proses membangun identitas merek *Enjoy Jakarta* berikut dengan proses kampanye komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan DKI Jakarta sudah menjawab tujuan dari aktivitas *city branding*. Namun upaya membangun identitas merek *Enjoy Jakarta* ini masih menyisakan sejumlah kekurangan. Kekurangan inilah yang harus segera dibenahi oleh Dinas terkait.

Sebagaimana dijelaskan, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan DKI Jakarta secara konsisten telah menerapkan tahapan dalam pemasaran tempat (*planning, marketing* dan menentukan *target market*) serta enam langkah komunikasi mulai dari riset dan survey, penentuan khalayak, penentuan tujuan, pengelolaan pesan, pemilihan media komunikasi dan evaluasi. Keenam langkah tersebut diterapkan sebagai kesatuan yang saling melengkapi satu sama lainnya sesuai dengan target khalayak dalam program *Enjoy Jakarta*. Dari konsep enam langkah membangun *city branding* tersebut Dinas Pariwisata dan Kebudayaan DKI Jakarta memiliki kekuatan pada strategi pengemasan pesan dan pemilihan media komunikasi sehingga slogan atau merek *Enjoy Jakarta* dapat melekat pada ingatan publik dan berhasil meningkatkan kunjungan wisatawan ke Jakarta.

Meskipun demikian, *city branding* dalam wujud slogan *Enjoy Jakarta* ini masih memiliki sejumlah kelemahan karena tidak didukung dengan pengelolaan pariwisata yang baik di beberapa destinasi dan adanya sejumlah permasalahan di Jakarta seperti kemacetan, keamanan dan lain sebagainya. Selain itu kelemahan terdapat di bagian evaluasi program komunikasi karena evaluasi yang dilakukan hanya diukur melalui data pada Badan Pusat Statistik (BPS) Jakarta tentang jumlah kunjungan wisatawan nusantara dan mancanegara disetiap bulan dan tahun. Evaluasi tersebut tidak menggunakan metode lain seperti *media monitoring* dan *issue tracking* pada media massa serta tidak adanya akuntabilitas dan transparansi dana mengenai anggaran yang sudah dilakukan dalam upaya mengoptimalkan program *Enjoy Jakarta*, karena pada dasarnya program pemerintah ini menggunakan anggaran pendapatan dan belanja daerah (APBD) yang merupakan dana publik.

5.2 Saran Akademis

Penelitian ini masih memiliki banyak kekurangan dari konsep yang digunakan untuk menganalisis dari segi kemampuan peneliti untuk menangkap lebih luas pembahasan hasil penelitian. Bahwa *city branding* tidak hanya memiliki dampak pada sektor pariwisata, melainkan juga memiliki manfaat pada sektor bisnis dan investasi pada suatu kota.

Berdasarkan kekurangan dan keterbatasan penelitian ini, peneliti memiliki saran akademis agar penelitian selanjutnya dapat lebih dalam mengupas *city branding Enjoy Jakarta* guna memberikan dampak pada Jakarta

sebagai kota tujuan bisnis dan investasi. Sehingga dapat ditemukan hasil secara mendalam bahwa *city branding* juga memiliki dampak terhadap kemajuan bisnis dan investasi pada suatu kota.

5.3 Saran Praktis

Secara keseluruhan strategi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan DKI Jakarta dalam membangun identitas merek dan melakukan proses kampanye komunikasi *Enjoy Jakarta* sudah cukup sesuai dengan konsep, namun berdasarkan pertimbangan-pertimbangan yang didapat dari konsep dan saran dari ahli *city branding*, peneliti memberikan saran kepada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan DKI Jakarta sebagai berikut :

1. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan DKI Jakarta perlu mengevaluasi program kampanye komunikasi *Enjoy Jakarta* dengan metode lainnya yang lebih tepat seperti *media monitoring* dan *issue tracking*.
2. Secara teknis, kampanye dan promosi *Enjoy Jakarta* harus didukung dengan anggaran yang memadai. Ini bertujuan agar bisa menjangkau khalayak yang lebih luas sehingga berdampak pada meningkatnya kunjungan wisatawan. Penambahan anggaran ini harus diikuti dengan akuntabilitas dan transparansi penggunaan dana. Mengingat dana yang digunakan adalah dana publik.