

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Pemahaman mengenai wisata alam Curug Bayan yang terletak di Banyumas. Curug Bayan memiliki banyak daya tarik yang menarik mulai dari curug nya sendiri sampai fasilitasnya yang ada di samping Curug Bayan yaitu *Bayan Village* dimana tersedia penginapan dan juga 2 tempat makan. Curug Bayan sendiri sudah memiliki parkir dan fasilitas yang diperbarui namun masih sangat minim pengunjung yang datang pada hari biasa terutama generasi muda walau Curug Bayan merupakan curug yang masih terjangkau jarak tempuh nya untuk menikmati keindahan alam.
2. Strategi promosi yang dilakukan oleh Curug Bayan sudah cukup berkembang karena mengaktifkan sosial media yaitu *Instagram* dan *Facebook*. Namun, isi konten dari akun pribadi masih berupa mengunggah ulang dari pengunjung saja bukan konten murni dari Curug Bayan. Sehingga dapat dilihat bahwa strategi promosi Curug Bayan masih kurang dimaksimalkan yang menyebabkan jarang nya orang mengetahui mengenai curug ini. Walau sebenarnya pengunjung Curug Bayan cukup banyak pada liburan namun masih sedikit orang yang mengetahui nya. Walau promosi sudah cukup maju namun dalam segi penelitian wisata, kerjasama bersama agen travel ataupun pengiklanan.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, beberapa saran yang disarankan untuk pengembangan wisata alam Curug Bayan adalah sebagai berikut:

1. Peningkatan Strategi Promosi

Curug Bayan perlu meningkatkan upaya promosi untuk menarik lebih banyak pengunjung, terutama anak muda. Penggunaan media sosial yang lebih efektif, seperti, *TikTok*, maupun *YouTube*, dapat menjadi saluran utama untuk memperkenalkan tempat ini bukan hanya *Instagram* ataupun *Facebook*. Selain itu, kolaborasi dengan *influencer* atau *travel blogger* juga dapat membantu memperkenalkan destinasi ini kepada audiens yang lebih luas.

2. Kolaborasi dengan *OTA (Online Travel Agents)* ataupun Pihak Fasilitas Setempat yaitu *Bayan Village*.

Curug Bayan dapat meningkatkan visibilitas dan kunjungan dengan menjalin kolaborasi dengan *OTA (Online Travel Agents)* seperti Traveloka atau Tiket.com, serta pihak fasilitas setempat seperti *Bayan Village*. Curug Bayan dan *Bayan Village* dapat bekerja sama menawarkan paket wisata terpadu, dengan promosi melalui *OTA* dan media sosial, serta memberikan promo khusus bagi pengunjung. Kolaborasi ini akan meningkatkan visibilitas dan menarik lebih banyak wisatawan.

3. Penyusunan Paket Wisata Terpadu.

Mengingat keberadaan *Bayan Village* yang menawarkan fasilitas penginapan dan tempat makan, Curug Bayan dapat membuat paket wisata terpadu yang menggabungkan kunjungan ke Curug Bayan dengan akomodasi dan kuliner di sekitar kawasan. Hal ini dapat memberikan pengalaman yang lebih lengkap bagi pengunjung dan meningkatkan daya tarik wisatawan.

5.3 Limitasi atau Keterbatasan *Story Telling*

Observasi lapangan yang dilakukan mungkin kurang banyak mencakup data yang mendalam mengenai perilaku pengunjung atau dampak dari teknik promosi yang telah dilakukan. Faktor eksternal juga menjadi salah satu limitasi saat berkunjung ke Curug Bayan terutama pada saat musim hujan sehingga sulit untuk mendapatkan banyak hasil video yang menarik.

5.4 Rekomendasi

Rekomendasi untuk peneliti selanjutnya adalah diharapkannya meliputi lebih dalam lagi mengenai wisata Curug Bayan yang menampilkan video dengan kualitas yang lebih tinggi lagi sehingga menarik bagi pengunjung baik lokal maupun internasional. Dari sisi riset Curug Bayan ini lebih baik untuk riset langsung ke lapangan karena masih minim penjelasan wisata Curug Bayan.

