

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Edu Wisata Lontar Sewu sebagai unit usaha desa wisata Hendrosari yang bergerak dalam industri pariwisata telah memanfaatkan Instagram sebagai alat promosi utama untuk menarik pengunjung. Strategi promosi yang dilakukan mencakup penggunaan fitur-fitur Instagram seperti stories, feed, highlight, komentar, caption, dan hashtag untuk menciptakan konten yang informatif dan menarik, serta mengundang interaksi dari pengguna. Promosi melalui media sosial ini terbukti lebih hemat biaya dan mampu menjangkau audiens yang lebih luas dibandingkan strategi konvensional.

Akun @explore\_lontarsewu telah menerapkan konsep *The Sircular Model of SOME*. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Edu Wisata Lontar Sewu telah memanfaatkan Instagram sebagai alat promosi utama untuk menarik pengunjung. Penerapan *The Sircular Model of SoMe* dalam strategi promosi menunjukkan bahwa konsistensi dalam mengunggah konten, pemilihan waktu unggah yang optimal, dan penggunaan konten yang menarik dan relevan adalah faktor penting untuk meningkatkan keterlibatan dan interaksi pengikut. Pengelolaan akun yang aktif dalam mengikuti tren dan menerapkan praktik dari content creator lain serta penyesuaian frekuensi posting selama periode liburan dapat memperluas jangkauan dan meningkatkan visibilitas destinasi wisata. Strategi promosi di media sosial yang diterapkan Edu Wisata Lontar Sewu juga menunjukkan komitmen untuk berkomunikasi dua arah dengan audiens. Respon

aktif dan tepat waktu terhadap komentar serta konten yang interaktif telah meningkatkan keterlibatan pengikut dan memperkuat hubungan dengan audiens. Hal ini pada akhirnya meningkatkan jumlah kunjungan serta kepuasan pengunjung. Pengelolaan interaksi yang baik, pemanfaatan fitur monitoring Instagram untuk memahami perilaku pengikut, dan respons yang membangun terhadap komentar merupakan elemen kunci dalam memperkuat hubungan dengan audiens. Edu Wisata Lontar Sewu telah menciptakan lingkungan yang mendukung interaksi positif dan memanfaatkan kritik sebagai peluang untuk perbaikan yang secara keseluruhan mendukung keberlanjutan dan kesuksesan strategi promosi di media sosial. Strategi *engage* dalam promosi di media sosial telah menciptakan interaksi yang berkelanjutan dengan audiens melalui pendekatan yang proaktif dan personal seperti selalu aktif dalam merespon pengikut terhadap komentar, *direct message* (DM) dan penggunaan kalimat ajakan yang menarik. Hal ini tidak hanya memperkuat hubungan dengan audiens tetapi juga mendorong partisipasi aktif yang berkontribusi pada peningkatan kunjungan dan popularitas destinasi wisata.

## **5.2 Saran**

### **5.2.1 Saran Praktis**

- a. Konsistensi dalam mengunggah konten memang penting namun, perlu diwaspadai agar tidak berlebihan yang bisa berpotensi dianggap sebagai spam oleh pengikut. Sebaiknya, tentukan frekuensi yang optimal untuk menjaga keterlibatan pengikut tanpa menimbulkan kejenuhan.

- b. Manfaatkan sepenuhnya fitur yang tersedia pada akun Instagram professional seperti fitur iklan untuk memperluas jangkauan promosi. Dengan demikian, Edu Wisata Lontar Sewu dapat menargetkan audiens yang lebih spesifik dan meningkatkan peluang untuk menarik minat kunjungan sekaligus mengukur efektivitas strategi promosi akun @explore\_lontarsewu dengan lebih akurat.

### **5.2.2 Saran Teoritis**

Penelitian lebih lanjut disarankan agar mengeksplorasi lebih lanjut mengenai pengembangan destinasi wisata dengan mempertimbangkan aspek-aspek tertentu contohnya yakni, *community development*. Penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana promosi dapat berkontribusi pada pemberdayaan masyarakat lokal dan pengunjung, serta dampak sosial ekonomi yang dihasilkan.