

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil observasi langsung dan analisis kualitatif terhadap pengelolaan media sosial Instagram di Kebun Kopi Karanganyar Blitar, dapat disimpulkan bahwa Instagram berperan sebagai sarana komunikasi dan promosi yang mendukung pengelolaan destinasi secara kreatif dan partisipatif. Media sosial ini memungkinkan pengelola untuk menampilkan konten visual dan narasi yang menggambarkan sejarah, budaya, dan keunikan Kebun Kopi Karanganyar. Konten tersebut tidak hanya memberikan informasi kepada pengunjung, tetapi juga membangun pengalaman digital yang memudahkan pengunjung merasakan identitas heritage destinasi meskipun secara virtual. Melalui Instagram, pengelola mampu membangun hubungan interaktif dengan pengunjung, baik melalui komentar, cerita, maupun unggahan yang melibatkan aktivitas wisata.

Instagram juga berperan dalam membangun citra destinasi melalui kombinasi antara visualisasi alam, kegiatan wisata edukatif, dan aspek budaya yang ditonjolkan dalam setiap unggahan. Partisipasi pengunjung melalui user-generated content menjadi bagian penting dalam penyebaran pengalaman wisata dan pembentukan persepsi destinasi. Konten yang dibuat oleh pengunjung membantu memperluas jangkauan informasi dan memberikan perspektif yang lebih autentik, karena berasal dari pengalaman nyata wisatawan lain. Interaksi digital yang terjalin melalui media sosial menciptakan rasa kedekatan emosional antara pengunjung, pengelola, dan komunitas lokal, sehingga promosi destinasi menjadi lebih alami dan melibatkan berbagai pihak.

Faktor pendukung pengelolaan Instagram di Kebun Kopi Karanganyar mencakup kreativitas tim pengelola, potensi visual destinasi, serta dukungan aktif komunitas lokal yang ikut berpartisipasi dalam memproduksi dan menyebarkan

konten. Dukungan komunitas ini membantu menciptakan promosi yang bersifat kolaboratif dan memperkuat reputasi digital destinasi. Sementara itu, kendala yang dihadapi meliputi keterbatasan sumber daya, perlunya pembaruan strategi komunikasi digital secara berkala, serta pengelolaan interaksi dengan pengunjung yang harus terus diperhatikan agar citra destinasi tetap positif.

Secara keseluruhan, Instagram berfungsi sebagai ruang representasi digital yang menggabungkan unsur heritage, edukasi, dan partisipasi masyarakat. Media sosial ini memungkinkan pengelola tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun pengalaman wisata yang interaktif dan kolaboratif. Kesimpulan ini menegaskan bahwa pengelolaan media sosial yang kreatif dan berbasis partisipasi dapat memperkuat citra Kebun Kopi Karanganyar sebagai destinasi wisata edukatif dan heritage, serta mendukung peran masyarakat dan pengunjung dalam penyebaran informasi dan pengalaman destinasi secara alami.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan yang telah diuraikan sebelumnya, terdapat beberapa saran yang dapat diajukan sebagai tindak lanjut bagi pihak pengelola Kebun Kopi Karanganyar, pemerintah daerah, serta pihak-pihak terkait lainnya dalam upaya mengoptimalkan pemanfaatan media sosial Instagram sebagai sarana strategis pengelolaan pariwisata digital.

5.2.1 Bagi Pengelola Kebun Kopi Karanganyar

Dianjurkan agar pengelola terus mengoptimalkan strategi komunikasi digital melalui akun Instagram *@de_karanganjar* dengan pendekatan yang lebih terencana, konsisten, dan berbasis data (*data-driven strategy*). Pengelola perlu memanfaatkan fitur *Instagram Insights* untuk menganalisis perilaku audiens, waktu interaksi tertinggi, dan jenis konten yang paling diminati sehingga setiap unggahan dapat dirancang secara lebih efektif. Selain itu, pengelola disarankan untuk melakukan *content calendar*

planning agar jadwal unggahan, tema, dan narasi visual dapat dikelola dengan teratur. Peningkatan kualitas storytelling dan visualisasi yang menonjolkan nilai historis, edukatif, dan pengalaman otentik juga perlu dilakukan secara berkelanjutan untuk menjaga citra heritage dan memperkuat diferensiasi destinasi di antara wisata sejenis di Blitar dan sekitarnya.

Pengelola juga disarankan untuk memperluas kolaborasi dengan *influencer* lokal, komunitas pecinta kopi, serta *konten kreator* pariwisata guna memperluas jangkauan promosi dan meningkatkan eksposur organik. Kolaborasi semacam ini akan memperkaya sudut pandang visual dan memperluas segmen pasar, khususnya generasi muda yang aktif di media sosial. Selain itu, pengelola sebaiknya mulai menerapkan pendekatan *user-generated content campaign* yang mendorong pengunjung untuk mengunggah pengalaman mereka dengan tagar resmi destinasi, sehingga tercipta promosi alami yang berkelanjutan dan kredibel.

5.2.2 Bagi Pemerintah Daerah dan Dinas Pariwisata

Disarankan agar Pemerintah Kabupaten Blitar melalui Dinas Pariwisata memberikan dukungan yang lebih konkret dalam bentuk program pelatihan manajemen media sosial dan pemasaran digital bagi pengelola destinasi wisata lokal. Pelatihan tersebut dapat mencakup pengembangan keterampilan dalam analisis algoritme media sosial, pengelolaan konten kreatif, serta penggunaan strategi digital marketing berbasis *analytics* dan *engagement management*. Pemerintah daerah juga diharapkan dapat mengalokasikan anggaran promosi pariwisata berbasis digital secara lebih proporsional, mengingat media sosial terbukti memiliki efektivitas tinggi dalam meningkatkan daya tarik wisata.

Selain itu, diperlukan sinergi antara pemerintah daerah, komunitas kreatif, dan pelaku usaha pariwisata dalam membangun ekosistem digital yang saling mendukung. Misalnya, melalui penyelenggaraan *digital tourism forum* atau *creative workshop* yang

mempertemukan pengelola destinasi, fotografer, *influencer*, dan pelaku ekonomi kreatif. Kegiatan kolaboratif seperti ini tidak hanya memperkuat jejaring promosi lintas destinasi, tetapi juga membantu meningkatkan kompetensi sumber daya manusia pariwisata di tingkat lokal.

5.2.3 Bagi Komunitas dan Masyarakat Sekitar

Masyarakat sekitar Kebun Kopi Karanganyar diharapkan semakin aktif berpartisipasi dalam promosi digital melalui keterlibatan dalam pembuatan konten lokal, penyebaran informasi wisata, serta dukungan terhadap kegiatan berbasis komunitas. Partisipasi masyarakat dalam bentuk *storytelling lokal* misalnya berbagi kisah sejarah, budaya, dan tradisi kopi dapat memperkaya narasi digital destinasi. Dengan demikian, citra destinasi tidak hanya dibangun oleh pengelola, tetapi juga oleh masyarakat yang menjadi bagian integral dari identitas budaya Kebun Kopi Karanganyar. Masyarakat juga disarankan untuk mengembangkan usaha kreatif berbasis pariwisata seperti produk olahan kopi, souvenir tematik, dan paket wisata edukatif yang dapat dipromosikan melalui kanal digital pengelola. Dengan adanya sinergi antara masyarakat dan pengelola, dampak ekonomi dari promosi digital dapat dirasakan secara lebih merata dan berkelanjutan.

5.2.4 Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar kajian mengenai efektivitas media sosial dalam pengelolaan destinasi wisata dapat diperluas dengan menggunakan pendekatan kuantitatif berbasis *digital analytics* seperti *engagement rate analysis*, *sentiment analysis*, atau *visitor conversion metrics*. Pendekatan ini akan memberikan gambaran yang lebih akurat mengenai hubungan antara aktivitas digital dan peningkatan kunjungan wisatawan. Selain itu, penelitian berikutnya dapat membandingkan efektivitas lintas platform (seperti TikTok, YouTube, dan Facebook) untuk mengetahui strategi digital mana yang paling relevan bagi promosi destinasi

heritage di era media sosial yang terus berkembang. Penelitian juga dapat memperdalam aspek komunikasi visual dan *brand storytelling* dalam konteks pariwisata berbasis budaya agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai pengaruh estetika visual, narasi, dan partisipasi pengguna dalam membentuk citra destinasi.

Secara keseluruhan, rekomendasi yang diajukan dalam penelitian ini menekankan pentingnya penguatan kapasitas digital, kolaborasi lintas pihak, dan strategi komunikasi berbasis data serta budaya lokal. Upaya-upaya tersebut diharapkan mampu meningkatkan efektivitas pengelolaan media sosial Instagram dalam pengembangan dan promosi Kebun Kopi Karanganyar Blitar, sekaligus menjadi model pengelolaan digital bagi destinasi wisata heritage lainnya di Indonesia.