

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

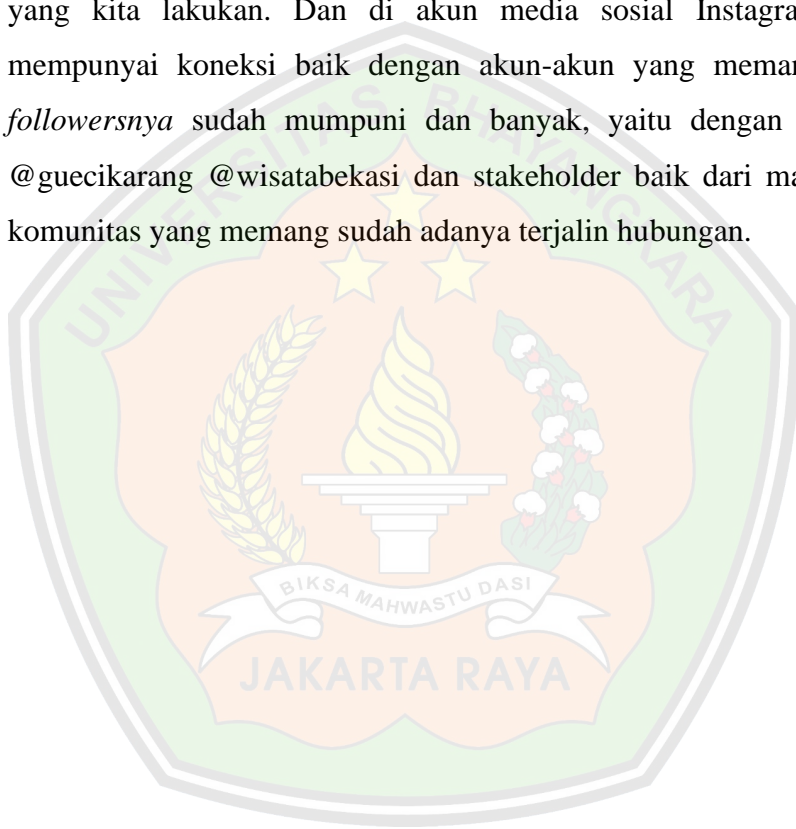
Berdasarkan penelitian dalam skripsi yang berjudul **“Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Sport Tourism (Studi Pada Desa Wisata Pesona Wanajaya)”** dengan menggunakan teori media sosial 4 C Chris Heuer yakni, *context*, *communication*, *collaboration*, *connection* dapat di ambil dari kesimpulan :

1. *Context* dalam pemanfaatan media sosial Instagram oleh akun media sosial @Pesona_wanjaya pengelola memanfaatkan pesan dengan menggunakan fitur foto dan video yang berupa iklan promosi di dalamnya, akan hal ini iklan dikemas dengan baik guna untuk menarik minat pengunjung dan mengetahui *sport tourism* yang ada di Desa Wisata Pesona Wanajaya. Dalam context fitur yang paling berperan dalam pemanfaatan untuk melakukan promosi ialah di fitur *feed* dan *instastory* yang mana pengelola @Pesona_wanjaya membuat dan mengemas tulisan atau pesan yang mendalam berbentuk keterangan, informasi, deskripsi, yang berifat menginformasikan, mengajak, di media sosial instagramnya yang mana fitur *feed* dan *instastory* dapat terlihat secara langsung oleh pengikut secara meluas.
2. *Communication* dalam hal ini, komunikasi yang dilakukan dengan melakukan komunikasi pemasaran, komunikasi yang dilakukan secara jelas dan mendalam guna untuk menciptakan komunikasi pemasaran yang baik agar tercapainya tujuan dalam melakukan promosi di media sosial Instagram @Pesona_wanjaya, memanfaatkan media sosial Instagram yang mana di dalamnya mempunyai makna pemasaran atau promosi, komunikasi yang dilakukan secara fakta dan jelas, dalam hal ini dengan memberikan informasi mengenai lokasi, harga, dan *event-event* yang menarik minat calon pengunjung. Komunikasi pemasaran dilakukan pengelola di salurkan melalui fitur *instastory*, *video reels*, *live* dan

interaksi melalui komentar serta *direct message*, komunikasi dua arah dan langsung pengelola Instagram mengungkapkan komunikasi ini sangat penting, dalam hal ini terjadinya komunikasi antara *followers*nya dan calon pengunjung di media sosial instagramnya.

3. *Collaboration* dalam hal ini adanya hubungan baik antara akun Instagram @Pesona_wanajaya dengan pengikutnya yang mana @Pesona_wanajaya melakukan interaksi dan seperti melayani dan merespon, dan dapat disimpulkan dalam kolaborasi ini, pengelola Instagram @Pesona_wanajaya melakukan kolaborasi dengan artis ibukota, *influencer*, *selebgram* dan artis *entertainment* yang memang sudah terkenal dan mempunyai jam terbang yang luas. Dalam kolaborasi ini sangat berdampak baik dalam pemanfaatan yang dilakukan di media sosial @Pesona_wanajaya. Kolaborasi yang diciptakan didalam media sosial ini adanya Kerjasama yang baik antara pengelola dengan pihak-pihak yang terkait, dengan memanfaatkan fitur *instastory*, *tag*, *hashtag*, *feed* postingan yang nantinya dibagikan oleh artis-artis ibukota dan pihak terkait menjadikan suatu promosi baru yang terjadi secara sukarela dan tersebarluaskan di Instagram *followers* mereka, dalam hal ini adanya dampak baik seperti halnya perkembangan pengunjung yang ikut serta dalam meramaikan acara dan *event*, dan adanya perkembangan *followers* yang memang dipaparkan oleh pengelola Instagram @Pesona_wanajaya, selain itu adanya kolaborasi baru antara kegiatan sport tourism dengan kegiatan promosi *event-event entertainment* seperti *live* dangdut artis-artis ibukota, perihal ini menjadikan suatu perpaduan baru yang sengaja digabungkan guna untuk menarik minat datang calon pengunjung setelah melihat iklan dan promosi di media sosial Instagram @Pesona_wanajaya.
4. *Conection* koneksi dalam hal ini terjalinnya komunikasi hubungan yang baik dengan *followers*, dalam pemanfaatannya akun @Pesona_wanajaya juga menerapkan *connection* (koneksi) dengan para pengikutnya yaitu dengan cara aktif atau rutin dalam membagikan atau memposting foto dan video atau membuat *instastory* serta memberikan informasi terbaru

selanjutnya adanya koneksi *Facebook*, *YouTube*, pesona wanajaya media, tiktok, kita memang hampir banyak mempunyai media sosial, dapat disimpulkan adanya koneksi antara pengelola Instagram @Pesona_wanajaya dengan akun Instagram yang memanfaatkan fitur-fitur seperti *mention*, *tag*, *instastory*, fitur ini dapat menjangkau luas dengan tersampainya iklan promosi yang dibagikan. Namun dalam hal ini kita sinkron dan lebih fokus ke media sosial Instagram, sebagai media promosi yang kita lakukan. Dan di akun media sosial Instagram juga kita mempunyai koneksi baik dengan akun-akun yang memang *followers-followersnya* sudah mumpuni dan banyak, yaitu dengan @infobekasi, @gucikarang @wisatabekasi dan stakeholder baik dari masyarakat dan komunitas yang memang sudah adanya terjalin hubungan.



5.2 Saran

1. Saran Akademik

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pembelajaran atau referensi tambahan, bagi para akademisi dibidang yang sama yakni Ilmu Komunikasi mengenai Pemanfaatan Media Sosial Instagram khususnya bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi.

2. Saran Praktis

Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan atau bahan rujukan bagi wisata Desa Wisata Pesona Wanajaya khususnya untuk memaksimalkan proses kegiatan promosi menggunakan media sosial khususnya di Instagram.

