

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikemukakan pada pembahasan sebelumnya, mengenai “Strategi Komunikasi Pemasaran Wisata Tebing Breksi melalui Instagram Dalam meningkatkan Jumlah Pengunjung.” Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Dalam melakukan strategi komunikasi pemasaran, wisata Tebing Breksi terfokus pada platform media Instagram untuk memenuhi kebutuhan informasi para pengunjung atau calon pengunjung. Penggunaan media Instagram sebagai salah satu media sosial paling relevan di Tebing Breksi dan merupakan strategi komunikasi pemasaran yang mulai aktif pada awal 2021 sejak terbentuknya tim marketing. Strategi komunikasi pemasaran Instagram @tebingbreksi_official dapat berjalan lancar dan baik serta memiliki dampak yang signifikan mengenai penyebaran informasi seputar Tebing Breksi kepada para pengguna Instagram lainnya. Hal ini terbukti dari *feedback* dengan adanya pelayanan melalui *direct message* (DM) dalam Instagram @tebingbreksi_official untuk melayani para calon pengunjung maupun pengunjung yang membutuhkan informasi secara praktis.

Strategi komunikasi pemasaran wisata Tebing Breksi ini juga menerapkan empat kriteria yang terdapat pada *media richness theory* karena merupakan media komunikasi pilihan untuk menghadapi sebuah ketidakpastian dan ambiguitas dari informasi. Untuk menilai sebuah media yang “rich” atau kaya ini memiliki empat kriteria berupa kesegaran (*immedica*) diterapkan sebagai *feedback* atau *fast respon* menanggapi komentar dan DM Instagram. keragaman isyarat (*multiple cues*) pada Instagram @tebingbreksi_official yaitu mengemas sebuah pesan atau informasi melalui foto dan video dengan memperlihatkan segala aktivitas di Tebing Breksi, variasi bahasa (*language variety*) bahasa pada akun tersebut memanfaatkan simbol-simbol seperti *aroba* dan *hashtag*. Sumber Personal (*personal source*) yaitu

mereka bersungguh-sungguh dalam membuat konten untuk menyampaikan informasinya kepada komunikan melalui perasaan dan emosional.

Sebuah konten-konten Instagram *@tebingbreksi_official* ini dikelola oleh tim marketing dengan memanfaatkan para pengunjung yang sedang beraktivitas di Tebing Breksi. Segala aktivitas yang dilakukan berupa berswafoto, *camping*, kulineran, menikmati pemandangan, atraksi *jeep*, *event-event* tertentu, dan sebagainya. Konten ini berupa foto dan video *reel* yang di publikasikan dengan menambahkan fitur *mention*, *tag (arroba (@))* dan *hashtag (#)*. Selain itu admin tersebut juga memanfaatkan fitur-fitur Instagram guna memudahkan informasinya melalui keterangan *bio* Instagram, *comment*, *like*, *stories*, *reel*, *highlight*, pin unggahan, dan *direct message (DM)*. Oleh karena itu, media Instagram memiliki cakupan yang luas dan efisiensi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pengamatan yang telah diperoleh selama melakukan penelitian, maka peneliti mempunyai pendapat atau saran terkait “Strategi Komunikasi Pemasaran Wisata Tebing Breksi melalui Instagram Dalam meningkatkan Jumlah Pengunjung.”:

1. Dalam melakukan pemasaran wisata Tebing Breksi sebaiknya ditambah dengan melakukan promosi berbayar melalui Instagram. Promosi berbayar ini dapat meningkatkan jangkauan para pengguna Instagram lainnya lebih luas dan mudah ditemukan. Apabila *@tebingbreksi_official* melakukannya maka, pihak Instagram akan otomatis memproses konten yang ingin di promosikannya untuk menyebarkan konten tersebut. Berbagai macam tarif yang ditawarkan dalam promosi berbayar ini karena semakin besar tarif yang dibayarkan dengan pihak Instagram maka, akan otomatis konten tersebut lebih banyak diketahui para pengguna Instagram lainnya.

2. Instagram *@tebingbreksi_official* juga dapat melakukan *endorsement* dengan selebgram yang kontennya khusus melakukan kegiatan wisata. Terdapat dalam akun-akun besar seperti *@jogjascenery*, *@wisatajogja_*, *@jogjaviral*, *@wisatajogjahits*, dan masih banyak lagi. Hal ini dapat menambahkan jumlah pengunjung, karena saat meng-*endorse* kepada selebgram akan memengaruhi seseorang terhadap produk yang dipromosikan serta didukung dengan *followers*-nya yang dinilai orang lebih terpercaya dalam berwisata. Sehingga strategi ini akan berdampak baik untuk wisata Tebing Breksi karena melalui konten yang di *endorse* adalah spesifik dalam kegiatan berwisata dan mampu menarik seseorang untuk mengunjungi produk yang dipromosikan.
3. Admin Instagram *@tebingbreksi_official* diharapkan untuk menanggapi atau membalas komentar para pengguna Instagram lainnya secara cepat dan lebih aktif.
4. Bagi para penelitian selanjutnya diharapkan untuk menambahkan teknik wawancara kepada informan yaitu *followers* Instagram *@tebingbreksi_official* agar mendapatkan data melalui responden lebih akurat dan tepat.