

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi media sosial Instagram MOANA *Sustainable Cycling Tour* pada kunjungan wisatawan, dapat disimpulkan bahwa penerapan strategi media sosial yang dilakukan MOANA telah selaras dengan pendekatan teoritis yang dikemukakan oleh Quesenberry. Strategi tersebut mencakup pemahaman mendalam terhadap audiens target (*knowing the audience*), penyampaian pesan melalui narasi yang relevan dan bermakna (*telling a story*), serta pemilihan platform yang sesuai dengan karakteristik audiens (*choosing the right platform*). Pendekatan ini tidak hanya tercermin dalam jenis konten yang dipublikasikan, tetapi juga dalam cara MOANA mengintegrasikan elemen komunikasi pemasaran seperti *public relations*, periklanan, dan media sosial ke dalam satu kesatuan strategi digital yang terstruktur dan strategis.

Pemanfaatan fitur-fitur Instagram seperti *Reels*, *Story*, *Carousel*, *Highlights*, *Caption*, hingga *Direct Message* secara konsisten digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan edukatif, promosi, serta membangun kedekatan emosional dengan audiens. Hal ini menunjukkan bahwa MOANA tidak hanya menginformasikan, tetapi juga membangun koneksi interpersonal yang kuat, sebagaimana disarankan dalam teori Quesenberry. Efektivitas strategi ini terlihat dari indikator yang menunjukkan peningkatan interaksi pengguna seperti peningkatan jumlah pengikut akun Instagram @moanabiketour, jangkauan konten melalui fitur *Insight*, serta peningkatan jumlah wisatawan domestik yang mengikuti tur bersama MOANA. Temuan ini mengindikasikan bahwa strategi media sosial MOANA berpengaruh signifikan terhadap peningkatan visibilitas merek dan keputusan wisatawan untuk melakukan kunjungan. Dengan demikian, teori Quesenberry terbukti dapat diaplikasikan secara efektif dalam konteks promosi pariwisata digital dan mampu menjawab tantangan kompetisi industri wisata yang semakin dinamis.

## 5.2 Saran

Sejalan dengan temuan penelitian ini, penulis menyampaikan beberapa saran berikut:

1. Disarankan bagi MOANA untuk memperkaya konten Instagram dengan tema-tema yang lebih variatif, tidak hanya terbatas pada aktivitas bersepeda, tetapi juga mencakup pengalaman wisata berkelanjutan lainnya seperti eksplorasi budaya lokal, edukasi lingkungan, kuliner tradisional, dan aktivitas komunitas. Hal ini sejalan dengan tujuan MOANA untuk menjadi penyedia tur yang lengkap dan variatif, bukan sekadar tur sepeda semata.
2. Konten yang dikembangkan perlu disesuaikan dengan target market yang telah ditentukan, agar nilai brand MOANA tetap relevan dan dekat dengan calon wisatawan, sekaligus menunjang tujuan bisnis untuk meningkatkan revenue dan kepuasan pelanggan. Dalam hal ini, penting bagi MOANA untuk tetap berpegang pada prinsip Quesenberry tentang menciptakan konten yang tepat, di waktu yang tepat, untuk audiens yang tepat.
3. Peningkatan interaksi melalui fitur Direct Message dan komentar sebaiknya terus dijaga, dengan tetap mengedepankan pelayanan yang sigap, personal, dan solutif. Pelayanan yang baik di media sosial akan memperkuat citra positif MOANA dan meningkatkan loyalitas konsumen.