

BAB 5 PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil analisis peneliti melalui 4C *content* apa yang dilakukan oleh Desa Wisata Kreet sebenarnya sudah mengarah pada penerapan empat fokus utama dalam elemen *Content*, meskipun masih terdapat kekurangan dalam pelaksanaannya. pemanfaatan akun TikTok dengan strategi promosi dan penerapan konsep *connectivity* oleh akun @desawisatakreet tidak hanya memperluas jangkauan promosi secara digital, tetapi juga menjadi pintu masuk bagi audiens untuk membentuk ketertarikan terhadap destinasi wisata. Kemudian *Conversation* sebagai bagian dari strategi komunikasi digital di akun @desawisatakreet memiliki potensi besar untuk membentuk komunitas online yang terhubung secara emosional dengan desa wisata. Namun, potensi ini masih belum dimanfaatkan secara optimal karena lemahnya sistem respons dan belum adanya strategi lanjutan dalam pengelolaan percakapan. Dari aspek *context* beberapa konten sudah diterapkan element *context* seperti konten budaya lokal, kegiatan kunjungan yang disesuaikan dengan selera, musik dan humor, serta narasi yang kekinian. Namun hal ini hanya di beberapa konten saja, tapi ini tetap menunjukkan kekurangan dimana pengelola belum maksimal terhadap penyesuaian segmentasi konten di setiap postingan. Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa penerapan 4C oleh akun TikTok @desawisatakreet sudah mengarah pada praktik komunikasi digital yang relevan, namun implementasinya masih belum berjalan secara konsisten dan menyeluruh. Setiap elemen dari 4C mulai terlihat dalam konten-konten yang dipublikasikan, tetapi belum semua dimanfaatkan secara optimal, sehingga masih diperlukan penguatan strategi agar potensi promosi pariwisata melalui TikTok benar-benar dapat dimaksimalkan.

Selanjutnya dari pemanfaatan seluruh fitur TikTok yang telah dianalisis, peneliti melihat bahwa akun @desawisatakreet baru memanfaatkan sebagian kecil potensi platform secara optimal. Beberapa fitur seperti FYP, musik tren, dan komentar sudah digunakan, namun masih belum konsisten dan belum dijadikan bagian dari strategi promosi yang terencana. Fitur lain seperti Duet dan *Live Streaming* hanya digunakan sesekali tanpa pendekatan kreatif yang kuat, sementara *Stitch* dan Q&A bahkan belum dimanfaatkan secara maksimal. Minimnya interaksi

langsung, kurangnya eksplorasi *visual*, dan belum adanya konsep konten yang matang menunjukkan bahwa strategi promosi digital masih berjalan secara spontan. Oleh karena itu, diperlukan pengelolaan konten yang lebih terstruktur dan pemanfaatan fitur TikTok secara menyeluruh agar promosi Desa Wisata Krebet dapat menjangkau audiens lebih luas dan membangun kedekatan yang lebih kuat secara digital.

5.2 Saran

1. Menyusun strategi konten yang terencana. Pengelola akun TikTok @desawisatakrebet perlu memiliki perencanaan konten yang matang, termasuk penentuan tema, jadwal unggah, jenis visual, serta tujuan dari setiap konten yang dipublikasikan agar strategi promosi lebih terarah dan konsisten.
2. Mengoptimalkan setiap elemen dalam 4C. Konten sebaiknya disusun dengan mempertimbangkan empat elemen utama dalam 4C (*Content, Connectivity, Conversation, dan Context*). Ini termasuk memastikan konten original, mudah dibagikan, sesuai audiens, membangun keterhubungan, mendorong percakapan, serta relevan secara kontekstual.
3. Memanfaatkan fitur TikTok secara maksimal. Pengelola perlu mengaktifkan dan mengeksplorasi seluruh fitur TikTok, seperti Duet, *Stitch*, *live streaming*, dan Q&A. Setiap fitur dapat menjadi alat interaktif yang efektif untuk memperluas jangkauan konten dan memperkuat keterlibatan audiens.
4. Meningkatkan interaksi dengan audiens. Balasan komentar, tanggapan Q&A, serta ajakan untuk berdiskusi melalui caption atau video sangat penting untuk membangun kedekatan emosional antara akun dan audiens. Ini juga meningkatkan kredibilitas dan kesan responsif dari akun tersebut.
5. Menyesuaikan gaya konten dengan karakteristik *platform*. Gaya penyajian konten perlu disesuaikan dengan karakteristik pengguna TikTok yang menyukai konten singkat, ringan, ekspresif, dan mengikuti tren. Hindari gaya dokumentatif yang terlalu formal agar pesan lebih mudah diterima audiens.

6. Melakukan pelatihan dan penguatan kapasitas tim pengelola. Pengelola akun sebaiknya mengikuti pelatihan terkait digital marketing, *storytelling* visual, dan penggunaan fitur TikTok agar konten yang dibuat lebih menarik.
7. Membuat kalender konten digital bulanan. Disarankan untuk menyusun kalender konten bulanan yang memuat tanggal unggah, tema konten, fitur yang digunakan, serta sasaran audiens. Ini akan membantu menjaga konsistensi dan keberagaman isi akun TikTok @desawisatakrebet.
8. Memantau dan Menyesuaikan Konten Berdasarkan Tren dan *Feedback* Konten perlu terus disesuaikan berdasarkan tren TikTok yang sedang populer serta tanggapan atau kebutuhan audiens. *Monitoring* ini penting untuk memastikan konten tetap relevan dan menarik.

