

BAB V

PENUTUP

1.1 Kesimpulan

Pertimbangan penggunaan *YouTube* sebagai sarana promosi kawasan wisata mandeh di kabupaten Pesisir Selatan antara lain *YouTube* tidak terbatas oleh durasi, *YouTube* tidak terbatas ukuran file, penggunaan yang beragam, *YouTube* memberikan akses untuk menyebarkan pesan dalam bentuk visual dan audio-visual, fitur pencarian pada *YouTube*, menyediakan sarana interaksi dan dapat digunakan secara gratis.

Penggunaan *YouTube* sebagai sarana promosi kawasan wisata mandeh di Kabupaten Pesisir Selatan lebih menekankan kepada daya tarik video promosi yang dibuat. Ketiga video promosi Objek Kawasan Wisata Mandeh tersebut mementingkan durasi, penggunaan alat dalam produksi pembuatan video, *backsound* dan pemilihan *scene* yang dimasukkan.

Video yang dibuat untuk mempromosikan kawasan wisata mandeh memiliki durasi yang tidak terlalu panjang agar tidak menimbulkan kebosanan yang hanya menggunakan durasi 3-5 menit. Pengambilan video yang menggunakan drone, pemilihan *backsound* yang sesuai dengan daerah objek wisata tersebut dan juga pemilihan *scene* yang dibuat semenarik mungkin. Hal ini bertujuan agar tujuan komunikasi *behavior change* terjadi pada pengunjung objek kawasan wisata mandeh.

Dengan adanya video *YouTube* tentang promosi Objek Kawasan Wisata Mandeh yang dibuat oleh pengguna *YouTube* tentunya akan menambah jumlah orang yang mengetahui informasi Objek Kawasan Wisata Mandeh. Hal ini akan berpengaruh dengan peningkatan jumlah pengunjung Objek Kawasan Wisata Mandeh.

1.2 Saran

1. Untuk para pengguna media sosial agar dapat lebih bijak dalam menggunakan media sosial untuk mengetahui informasi tentang sebuah objek wisata.
2. Diharapkan seluruh masyarakat juga bisa ikut mempromosikan objek kawasan wisata mandeh dengan menggunakan media sosial yang ada.
3. Untuk Dinas Pariwisata Kabupaten Pesisir Selatan seharusnya dapat menggunakan media sosial yang ada dalam mempromosikan objek kawasan wisata mandeh, tidak hanya menggunakan brosur dan sosialisasi kemasyarakatan.

