

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **1.1 Kesimpulan**

Berdasarkan uraian dari setiap bab diatas mengenai Penerapan Digitalisasi Promosi Pariwisata menggunakan Instagram, maka penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa:

1. Dengan menggunakan konsep 4C pada penerapan digitalisasi promosi pariwisata menggunakan Instagram pada PDIKM, sudah cukup efektif, dikarenakan pada konsep konteks, PDIKM memiliki strategi dalam pengemasan pesan yang baik, dan menarik.
2. Tantangan yang dihadapi PDIKM dalam penerapan digitalisasi promosi pariwisata menggunakan Instagram adalah
  - a) adanya keterbatasan sumber daya manusia yang dimiliki, sehingga dalam pengelolaan akun Instagramnya belum terstruktur, hal itu dapat dilihat dari jenis kualitas konten yang mereka unggah belum menarik, sehingga monoton untuk dilihat.
  - b) Jangkauan pemasarannya yang masih kecil, membuat akun PDIKM ini belum diketahui oleh khalayak ramai, dan yang terakhir.
  - c) PDIKM belum memiliki kekonsistenan mengunggah jenis konten, serta pemilihan pola waktu update postingan, sehingga tampilan *feeds*. PDIKM ini masih belum terlihat seperti akun professional.
3. Solusi yang dilakukan PDIKM dalam menghadapi digitalisasi promosi pariwisata menggunakan Instagram adalah:

- a) Karena keterbatasan sumber daya manusia yang dimiliki oleh staf PDIKM, seperti kurangnya keterampilan dalam penggunaan teknologi, serta melihat trend saat ini, membuat jenis konten yang disajikan belum menarik. Sebaiknya PDIKM melakukan pelatihan pengembangan skill kepada para staff, agar mampu mengasah skill yang dimiliki.
- b) Jangkauan pemasaran dari Instagram PDIKM yang masih kecil, membuat akun PDIKM ini belum dikenal oleh masyarakat luas. Sebaiknya, PDIKM Padang Panjang bekerja sama dengan *Influencer* sebagai sarana promosi mereka. Dengan menggunakan jasa *Influencer* dapat memberikan kredibilitas yang tinggi terhadap follower, dikarenakan *influencer* dapat merubah opini seseorang.
- c) Kemudian yang terakhir adalah merancang berbagai jenis konten tertentu, dengan pola update yang konsisten, misalkan untuk jenis konten edukasi PDIKM melakukan pengunggahan setiap hari Minggu, dimana hari tersebut pengguna Instagram potensial menggunakan sosial media, dikarenakan waktu luang yang mereka miliki.

## 1.2 Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan diatas, Penulis memberikan saran yang dimana dapat menjadi masukan bagi PDIKM Kota Padang Panjang. Adapun beberapa saran yang penulis berikan yaitu:

1. Dalam penerapan Instagram sebagai sarana promosi pariwisata, sebaiknya PDIKM melakukan pengelolaan akun Instagram yang terstruktur agar dapat terciptanya bentuk akun yang professional.

2. Dalam penggunaan Instagram, sebaiknya PDIKM lebih aktif berinteraksi dengan para *followersnya* seperti melakukan *live streaming*, *giveaway* dan, melakukan *question* dan *answer* yang dapat membangun hubungan dalam konsep koneksi kepada *followers*.
3. Dalam penggunaan konsep komunikasi, sebaiknya diperlukannya optimalisasi dalam pengembangan konten yang menarik, agar bisa mendapatkan *feedback* seperti penambahan *like*, dan *followers* yang banyak, sehingga konten yang disajikan tidak monoton untuk dilihat.

