

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Penelitian ini telah memberikan gambaran bahwa keberadaan penggiat pariwisata telah berkontribusi dalam pengembangan pariwisata Kabupaten Solok Selatan dengan memanfaatkan media sosial sebagai media untuk promosi. Dari hasil penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut ;

1. Alasan-alasan penggiat pariwisata menggunakan media sosial dalam promosi pariwisata Kabupaten Solok Selatan dikarenakan adanya gratifikasi yang mereka dapatkan yaitu

a. Berkomunikasi (*communication*)

Penggunaan media sosial untuk promosi pariwisata Kabupaten Solok Selatan oleh kelima informan tersebut didasari oleh sifat media sosial yang berjejaring yang bisa menghubungkan banyak orang. Dengan media sosial penggunaan media sosial penggiat pariwisata bisa terhubung, menjalin komunikasi dan berinteraksi dengan orang banyak seperti teman sebaya, teman satu kampung, sesama perantau atau orang lain yang yang sebelumnya tidak saing mengenal tetapi memiliki kesukaan atau kesenangan yang sama.

b. Mendapatkan kepuasan/kesenangan atau hiburan (*access to entertainment*)

Dari informasi yang diperoleh, informan aktif menggunakan media sosial dikarenakan media sosial menjadi sarana yang dapat menyenangkan aktivitas di media sosial seperti posting foto dan video, mendapatkan respon dari follower atau pengikut, dan sarana untuk mempublikasikan hasil fotografi.

c. Gratifikasi untuk dukungan karir/pekerjaan.

Meskipun latar belakang dan motivasi ini tidak menjadi alasan utama, namun penggiat pariwisata mengakui dengan menggunakan dan memanfaatkan

media sosial membantu mereka dalam membangun relasi untuk menunjang pekerjaan yang memang dituntut untuk berhubungan baik dengan berbagai kalangan .

2. Media Sosial dan Pemilihan Media Sosial

Diantara banyaknya aplikasi media sosial yang terus berkembang melalui penelitian ini dapat disimpulkan penggiat pariwisata memilih media sosial yang memiliki fungsi yang efektif murah dan mudah digunakan terutama dalam kegiatan promosi pariwisata. Penggiat pariwisata dalam promosi pariwisata Kabupaten Solok Selatan diketahui memakai lima jenis media sosial yaitu facebook, instagram, twiter, youtube dan mesenger whats app (wa). Dari lima media sosial yang digunakan oleh penggiat, mereka memprioritaskan untuk memilih facebook dan instagram dengan pertimbangan facebook dan instgram merupakan media sosial yang fitur – fiturnya sangat cocok untuk memposting foto dan video pendek yang merupakan materi utama untuk promosi pariwisata di media sosial. Dalam kata lain penggiat pariwisata menyimpulkan bahwa facebook dan instagram adalah media sosial spesialis foto dan video pendek. Selain pertimbangan fungsi facebook dan instgram, alasan memilih facebook dan instagram karena dua media sosial ini memiliki pengguna yang paling banyak dibandingkan media sosial lainnya.

Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa facebook dan instagram dipilih sebagai media untuk promosi pariwisata dengan alasan sebagai berikut ;

- a. Facebook dan instagram dinilai sebagai media sosial yang memiliki pengguna yang paling banyak sehingga tujuan promosi pariwisata dimana untuk memperkenalkan objek wisata Kabupaten Solok Selatan dapat tersiar secara luas kepada pengguna media sosial tersebut.
- b. Facebook dan instgram memiliki fitur – fitur yang sangat mendukung untuk posting foto dan video pendek yang merupakan materi utama promosi pariwisata. Salah satu fitur yang juga menjadi kelebihan facebook dan instagaram adalah adanya hastag, tag dan livestraming y6ang memungkinkan pengguna untuk melakukan siaran langsung.

- c. Facebook dan instagram dinilai media sosial yang sangat mudah dan murah untuk digunakan sehingga efisiensi biaya dapat diminimalisir.

3. Bentuk – bentuk promosi di media sosial

Dari penelitian ini dapat disimpulkan bentuk promosi melalui media sosial yang dilakukan oleh penggiat pariwisata adalah bentuk promosi disesuaikan dengan media sosial apa yang digunakan. Sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya, media sosial yang dipilih oleh penggiat pariwisata adalah facebook dan instagram, dimana facebook dan instagram ini merupakan media sosial spesialis foto dan video pendek, maka bentuk materi promosi yang dilakukan oleh penggiat pariwisata dalam bentuk foto dan video. Foto dan video ini dihasilkan melalui proses pengambilan langsung oleh penggiat pariwisata maupun dari sumber lain seperti fotografer atau videografer profesional yang kemudian di-*repost* melalui media sosial yang dimiliki.

6.2 Saran

Peranan penggiat pariwisata dengan memanfaatkan media sosial sebagai media promosi merupakan kerja kreatif yang perlu diapresiasi oleh Pemerintah Kabupaten Solok Selatan. Sebagaimana telah dijelaskan pengembangan pariwisata perlu dukungan berbagai *stakeholder* dan masyarakat. Dengan adanya kerjasama yang baik antara pemerintah daerah dengan penggiat pariwisata diharapkan pariwisata Kabupaten Solok Selatan terus berkembang maju dan semakin populer sebagai salah satu tujuan wisata baik oleh wisatawan nusantara bahkan wisatawan mancanegara. Untuk itu saran dari peneliti kepada *stakeholder* pariwisata seperti Dinas Pariwisata dan Budaya, komunitas kreatif, penggiat pariwisata dan masyarakat secara umum adalah sebagai berikut ;

1. Aspek praksis.

- a. Pemerintah Daerah melalui dinas terkait terutama Dinas Pariwisata dan Budaya diharapkan terus menjalin komunikasi dengan penggiat pariwisata maupun komunitas kreatif yang ada seperti mengadakan pertemuan – pertemuan, diskusi, serta mengagendakan kegiatan workshop terkait pengembangan

pariwisata. Hal ini menurut peneliti perlu dilakukan karena dengan adanya komunikasi dan kerjasama dengan berbagai pihak yang memiliki perhatian pada sektor pariwisata maka pemerintah daerah akan mendapatkan masukan – masukan positif dalam pengembangan pariwisata di daerah.

- b. Memberikan penghargaan kepada penggiat pariwisata yang telah berkontribusi bahkan berprestasi dalam kegiatan pengembangan pariwisata Kabupaten Solok Selatan.
- c. Seiring pesatnya teknologi informasi saat ini, maka perlu adanya bimbingan kepada generasi muda dengan memberikan penyuluhan dan bimbingan dalam hal pemanfaatan teknologi informasi untuk kegiatan yang positif. Kegiatan ini bisa dilakukan antara instansi pemerintah yang terkait dan bekerja sama dengan penggiat pariwisata yang memang banyak memanfaatkan teknologi informasi yang tengah berkembang.

2. Aspek akademis.

- a. Penelitian ini bisa dijadikan referensi bagi peneliti yang tertarik dengan kajian media terkhusus penelitian dengan topik pemanfaatan media sosial dalam pengembangan pariwisata.
- b. Penelitian ini memberikan fakta baru bahwa pelaku promosi melakukan praktik komunikasi pemasaran tidak semata – mata berorientasi materi atau motif ekonomi. Maka dari itu penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah kajian komunikasi pemasaran yang selama ini identik dengan kegiatan pemasaran produk yang motif utamanya adalah materi atau ekonomi.