

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menganalisis strategi konten Instagram @dusunsemilir sebagai media promosi destinasi wisata. Perencanaan konten dilakukan secara terstruktur dengan pilar yang selaras tren dan segmentasi audiens berbasis insight, sehingga meningkatkan relevansi pesan dan membentuk kesan profesional terhadap pengelola. Visual ceria yang dipadukan dengan bahasa komunikatif menciptakan keterhubungan emosional lintas generasi, memperkuat citra destinasi yang inklusif dan ramah. Pemanfaatan fitur Instagram seperti *Reels*, *Story*, dan *Feed* dioptimalkan sesuai karakter *audiens* untuk membimbing perjalanan psikologis dari ketertarikan hingga minat berkunjung.

Konsistensi jadwal unggahan pada jam aktif *audiens* menjaga *top-of-mind* tanpa menimbulkan kejenuhan. Strategi ini terbukti meningkatkan minat kunjung lintas generasi dengan motivasi beragam, sekaligus mendorong rekomendasi baik secara langsung maupun digital sebagai bentuk partisipasi sosial. Dengan demikian, kombinasi perencanaan matang, kreativitas visual, pemanfaatan fitur yang tepat, dan distribusi konten yang konsisten mampu membentuk kesadaran, menumbuhkan minat berkunjung, dan memicu promosi organik melalui *word-of-mouth*.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, terdapat beberapa rekomendasi yang dapat dipertimbangkan. Bagi pihak pengelola Dusun Semilir, disarankan untuk mempertahankan konsistensi strategi konten Instagram yang telah terbukti efektif, sekaligus mengembangkan format konten baru yang berpotensi meningkatkan tingkat interaksi (*engagement rate*) *audiens*. Pemanfaatan fitur interaktif seperti polling, quiz, dan *user-generated content* dapat menjadi alternatif untuk mendorong partisipasi pengguna secara lebih aktif.

Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk memperluas metode pengumpulan data guna memperoleh hasil yang lebih komprehensif. Penelitian ini memiliki keterbatasan karena tidak menggunakan metode *Focus Group Discussion* (FGD) akibat keterbatasan waktu dan koordinasi partisipan, sehingga data yang diperoleh hanya berasal dari wawancara mendalam secara individu. Penggunaan FGD pada penelitian mendatang berpotensi menghasilkan dinamika diskusi yang lebih kaya dan perspektif kolektif yang dapat memperdalam pemahaman terhadap strategi konten digital. Selain itu, periode observasi yang lebih panjang dan analisis perbandingan lintas platform media sosial dapat dipertimbangkan untuk memberikan gambaran yang lebih menyeluruh mengenai efektivitas pemasaran digital di sektor pariwisata..



