

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengumpulan data dan hasil penelitian mengenai bagaimana strategi promosi GenPI Jogja melalui instagram dan twitter dalam upaya meningkatkan jumlah pengunjung ke Desa Wisata Kakilangit tahun 2018, maka dapat disimpulkan oleh peneliti mengenai strategi promosi melalui *Instagram* dan *Twitter* yg dilakukan oleh GenPI dalam meningkatkan jumlah pengunjung ke desa wisata tahun 2018, yakni:

- a. GenPI Jogja menggunakan media sosial Instagram dan Twitter sebagai kegiatan promosi dan penyampaian informasi untuk memudahkan *netizen* dalam mendapatkan informasi. Selain itu GenPI Jogja memaksimalkan dalam pembuatan konten seperti memperhatikan konsistensi foto dan menata tampilan *feed* dengan menggunakan background foto yg menarik untuk dilihat dan memanfaatkan *Influencer* sebagai pendukung dalam aktifitas promosi di media sosial *Instagram* dan *Twitter*, serta penambahan hashtag (#) agar memperluas jangkauan dan mempermudah dalam pencarian di *explore* yg bukan dari *followers* @pasarkakilangit.
- b. GenPI Jogja juga memanfaatkan media sosia *twitter* sebagai strategi promosi yang dilakukan untuk membantu meningkatkan jumlah pengunjung ke Desa Wisata Kaki Langit tahun 2018, hal tersebut dapat dilihat dari tindakan atau aktifitasnya mengelola

fitur yg tersedia. Melalui data yang peneliti dapatkan dari narasumber, trending topik twitter menjadi fitur utama yang dimaksimalkan oleh GenPI Jogja dalam aktifitas promosinya. Trending topik dinilai dapat mempengaruhi opini publik, yang mana akan membuat *hashtag* yang trending topik tersebut banyak diperbincangkan, sehingga akan efektif dalam menciptakan *Ewom*. Kecepatan *twitter* dalam pengupdaten *tweet* juga dinilai efektif membantu menyebarkan informasi dengan cepat.

- c. Secara tidak langsung pengelola sudah mengerti lima dari delapan cara mengembangkan komunikasi dan promosi, seperti pentingnya menentukan target audiens, merancang pesan, menentukan tujuan, menetapkan bauran promosi dan memilih saluran komunikasi hal ini dilakukan supaya aktifitas promosi yang mereka lakukan dapat terarah dan konsisten sehingga dapat efektif dan efisien.
- d. Namun GenPI Jogja dalam aktifitasnya berpromosi di media sosial *Instagram* dan *twitter* belum menentukan jumlah anggaran yang jelas, mereka baru menentukan anggaran dengan metode tujuan dan tugas. Genpi Jogja juga belum melakukan evaluasi secara mendalam atau mengukur hasil promosi melalui media sosial, mereka baru mengukur hasil dengan pengamatan secara langsung ke lokasi, belum ada data yang secara spesifik mengukur hasil promosi mereka di media sosial.

- e. GenPI juga telah memperhatikan cara pengelolaan media sosial sehingga bisa mendapatkan hasil optimal dalam aktifitasnya berpromosi, seperti memperhatikan keaslian konten yang di unggah, spesialisasi akun, memposting konten yang bermanfaat bukan posting *spam*, postingan yang relevan dengan tema akun, ikut dengan percakapan, mengapresiasi pengikut, dan memanfaatkan para *influencer* untuk menarik minat berkunjung ke Desa Wisata Kakilangit.

B. Saran

Secara umum, strategi promosi yang dilakukan oleh Genpi Jogja sudah cukup efektif di dalam upayanya untuk pengunjung pada desa wisata Kaki Langit. Namun Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, maka ada beberapa saran yang ingin disampaikan oleh peneliti yang diharapkan dapat bermanfaat bagi peningkatan jumlah followers dan pengunjung untuk kedepannya adalah sebagai berikut :

- a. Saran Akademis : Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya melakukan penelitian dengan mempelajari algoritma media sosial tersebut terlebih dahulu untuk memperkuat penelitian serta hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi, khususnya tentang penerapan konsep promosi Genpi Jogja khususnya tentang memviralkan tempat wisata.

Bagi Genpi Jogja

- a. kedepannya lebih sering aktif di media sosial, jangan aktif hanya ketika ada *event* saja. seperti *melike*, komentar maupun *update* konten di Instagram, minimal satu kali dalam sehari. Akan lebih baik jika ada target penambahan follower pada akun media sosial *Instagram* maupun *Twitter*
- b. Menurut peneliti akan lebih baik lagi jika Genpi Jogja memaksimalkan fitur instagram seperti instagram Tv, karena di instagram tv dapat mengunggah video berdurasi lebih dari satu menit, seperti konsep *vlog* dengan mengunggah *video* ke *instaram* tv supaya dapat menyapa dan memiliki kedekatan dengan *followers*.
- c. Akan lebih baik lagi dalam menetapkan anggaran untuk melakukan promosi sebaiknya mengalokasikan dana yang khusus. Anggaran menyesuaikan kebutuhan promosi yang akan dilakukan bukan sebaliknya pelaksanaan promosi yang menyesuaikan anggaran, sehingga nantinya kegiatan promosi dapat maksimal. Untuk menunjang promosi yang lebih efektif dan tepat sasaran untuk kedepannya disarankan untuk melakukan evaluasi secara mendalam terkait aktifitas promosi di media sosial ini seperti menentukan indikator keberhasilan atas tiap kegiatan secara umum agar dapat mengetahui kelemahan dan kelebihan dari media-media yang dipilih dan dapat mengoptimalkan biaya promosi yang dikeluarkan

juga karena supaya aktifitas promosi bisa lebih terarah dan efektif dalam menjangkau target audiens.