

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan dari data analisis promosi wisata menggunakan media sosial untuk meningkatkan minat pengunjung di Water Park Tembalang Asri Boyolali Demak, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis promosi wisata melalui media sosial di Water Park Tembalang Asri Boyolali adalah bahwa penciptaan konten yang baik, penggunaan platform Facebook, penentuan platform yang tepat, rencana program terorganisir, dan implementasi yang efektif melalui media sosial dapat meningkatkan efektivitas promosi wisata, meningkatkan kesadaran dan minat calon pengunjung, serta mendorong mereka untuk mengunjungi destinasi wisata yang dipromosikan.
2. Media sosial dalam meningkatkan minat pengunjung terhadap Water Park Tembalang Asri. Dalam hal ini, penggunaan media sosial seperti Instagram, Facebook, TikTok, YouTube, dan WhatsApp telah berhasil meningkatkan minat pengunjung terhadap Water Park Tembalang Asri, media sosial efektif dalam memperkenalkan, mempromosikan, dan mempengaruhi audiens melalui foto dan video yang diunggah oleh admin media sosial. Melalui tahapan perhatian, tertarik, hasrat dan tindakan, media sosial berhasil membangun minat dan keinginan pengunjung untuk mengunjungi wisata ini. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial sebagai alat promosi yang mudah, murah, dan efektif telah berhasil meningkatkan minat dan kunjungan pengunjung ke Water Park Tembalang Asri.
3. Faktor-faktor yang menjadi kendala dan solusi promosi wisata melalui media sosial, berdasarkan informasi yang disajikan adalah bahwa faktor-faktor internal, musim liburan yang terbatas, perubahan kebijakan atau kondisi eksternal, keterbatasan anggaran, dan penulisan caption yang kreatif menjadi kendala dalam promosi wisata melalui media sosial. Namun, dengan melalui diskusi, mengoptimalkan promosi pada periode ramai, mempertahankan fleksibilitas, mencari alternatif pendanaan, dan menggunakan penulisan caption yang tepat, Water Park Tembalang Asri Boyolali Demak dapat mengatasi kendala tersebut dan meningkatkan efektivitas promosi melalui media sosial.

B. Saran-saran

Berdasarkan hasil penelitian di atas, adapun saran yang diberikan untuk penelitian selanjutnya meliputi:

1. Bagi Peneliti selanjutnya

Pada penelitian ini penulis menggunakan 14 narasumber, disarankan bagi peneliti selanjutnya, untuk menambah jumlah narasumber agar mendapatkan analisa yang lebih luas.

2. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi menambah kajian penelitian dan diharapkan dapat meningkatkan kepedulian pendidikan untuk pariwisata.

3. Bagi Lembaga

Penelitian ini dapat menjadi bahan masukan dan rujukan bagi pengelolaan akun Water Park Tembalang Asri Boyolali Demak dan lembaga yang terkait dengan penelitian ini, untuk memaksimalkan proses kegiatan promosi menggunakan media sosial.

4. Bagi Staf Karyawan Lembaga

Penelitian ini kurang adanya data pendukung mengenai jumlah pengunjung yang datang dilokasi wisata, diharapkan untuk kedepannya dibuatkan atau disusun data pengunjung setiap bulannya sehingga penelitian selanjutnya dapat mengetahui jumlah pengunjung yang datang dengan data tersebut.

5. Bagi Masyarakat

Diharapkan dapat menyaring segala informasi yang didapatkan dan membagikan kembali informasi yang didapatkan, khususnya dalam hal ini terkait dengan promosi wisata menggunakan media sosial di Boyolali Demak.