

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **1.1 Kesimpulan**

Pemanfaatan media sosial dalam Cyber Public Relations Dinas Pariwisata Sleman telah membawa dampak positif dan signifikan. Melalui penggunaan media sosial, Dinas Pariwisata Sleman berhasil memperluas jangkauan, meningkatkan keterlibatan wisatawan, dan mempertahankan citra positif Sleman sebagai tujuan wisata yang menarik.

Dinas Pariwisata Sleman dapat memahami kebutuhan dan preferensi mereka secara lebih baik. Melalui Instagram, Dinas Pariwisata Sleman juga dapat menghadirkan konten yang menarik, informatif, dan menginspirasi, sehingga meningkatkan minat dan motivasi wisatawan untuk mengunjungi Sleman. Namun, penggunaan media sosial seperti Instagram dalam mempertahankan citra positif juga menghadapi tantangan. Persaingan yang ketat, perubahan algoritma platform media sosial, pengelolaan konten yang relevan, dan penanganan kritik dan ulasan negatif menjadi tantangan yang perlu dihadapi. Dinas Pariwisata Sleman harus mengambil langkah-langkah proaktif untuk mengatasi tantangan ini dan terus memperbaiki strategi pemasaran mereka agar tetap relevan dan efektif.

Dalam rangka memaksimalkan potensi media baru, Dinas Pariwisata Sleman telah melaksanakan berbagai upaya strategis. Mereka membangun kehadiran yang kuat di media sosial, menjalin kerjasama dengan influencer, mengoptimalkan situs web resmi, meluncurkan kampanye kreatif, dan melakukan evaluasi terus-menerus terhadap strategi pemasaran mereka.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa Cyber Public Relations melalui konsep Relations, Reputation dan Relevant secara konsisten terbukti lebih dapat terstruktur dan terukur dalam membuat atau melaksanakan strategi berdasarkan pemanfaatan media sosial yang efektif. Selain mempertahankan citra positif strategi ini juga mampu meningkatkan pengetahuan, dan kemampuan untuk mempertahankan hubungan yang kuat dengan wisatawan. Strategi untuk mempertahankan citra positif akan memiliki fungsi jangka panjang dan memberikan hasil secara langsung melalui respon audiens dan wisatawan. Ini memungkinkan untuk mengukur efektivitas secara cepat dan penyesuaian yang fleksibel untuk setiap proses atau langkah yang dilakukan di Dinas Pariwisata Sleman dalam upaya mempertahankan citra positif.

## **1.2 Saran**

Adapun saran yang diberikan kepada penulis berdasarkan hasil penelitian yaitu:

- 1) Dinas Pariwisata Sleman perlu memperbanyak SDM untuk terjun ke bagian Cyber PR, karena era media sosial sudah tidak bisa dihindarkan lagi, oleh karena itu

dengan banyaknya praktisi Cyber PR di Dinas Pariwisata Sleman maka akan semakin luas nama pariwisata Sleman di era digital sekarang.

- 2) Meningkatkan kolaborasi dengan influencer dan pelaku pariwisata, Dinas Pariwisata Sleman dapat memperluas kerja sama dengan influencer dan pelaku pariwisata yang memiliki pengaruh besar di media sosial dan media digital yang lainnya. Dengan memanfaatkan kekuatan pengaruh mereka, Sleman akan lebih banyak mendapatkan eksposur yang dapat meningkatkan minat wisatawan
- 3) Lebih memaksimalkan media sosial yang lain seperti Youtube, Tik Tok, Facebook dan media sosial lain, karena tidak hanya Instagram saja yang dapat membawa eksposur ke Dinas Pariwisata Sleman, apabila platform media sosial yang lain juga dimaksimalkan, bukan tidak mungkin penggunaannya akan lebih efektif dan jangkauan reputasinya semakin luas.