

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis peneliti terkait pemanfaatan media sosial instagram pada akun @visitingjogja sebagai strategi promosi wisata museum oleh Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta, dengan menggunakan 4 aspek penting The Circular Model of SoMe Regina Luttrell adalah sebagai berikut:

1. Share, Dinas Pariwisata DIY melalui akun instagram @visitingjogja cukup aktif membagikan konten dengan lebih dari 10 postingan setiap harinya melalui *feeds*, *stories* dan instagram *ads*. Konten terkait promosi wisata museum dibagikan saat suatu museum mengadakan sebuah *event* dan atau jika pihak museum yang mengajukan kerja-sama publikasi. Dalam membagikan konten, @visitingjogja memiliki *Calendar of Event* yang berisi daftar acara yang akan dilaksanakan selama satu tahun yang membantu dalam proses perencanaan konten dan mengatur jadwal publikasi.
2. Optimize, Dinas Pariwisata DIY telah melakukan optimalisasi konten dengan memanfaatkan fitur *Reels* di instagram. Akun instagram @visitingjogja juga mengoptimalkan konten dengan memanfaatkan fitur sorotan yang berisi informasi-informasi penting terkait kepariwisataan di Yogyakarta, mengisi *caption* dengan kalimat interaktif dan mengadakan konten *giveaway* untuk berinteraksi dengan pengikutnya.
3. Manage, Pengelolaan Akun media sosial instagram @visitingjogja dikelola penuh oleh Bidang Pemasaran Pariwisata Dinas Pariwisata DIY. Pengelolaan dimulai pada tahun 2016 dan baru dioptimalkan pada tahun 2019. Dinas Pariwisata DIY cukup baik dalam melakukan media monitoring dengan selalu *update* mengenai tren baru dan memaksimalkan pemanfaatan fitur *insight* dan *hashtag*. Penggunaan fitur tersebut

membantu pengelola akun @visitingjogja dalam mengukur efektivitas konten dan meningkatkan visibilitas konten.

4. Engange, Dinas Pariwisata DIY banyak berkolaborasi dengan *influencers* dan konten kreator pada proses promosi wisata museum melalui akun instagram @visitingjogja. Kolaborasi yang dilakukan membuahkan hasil dan respon positif dari audiens salah satunya berupa jumlah tayangan yang meningkat. Selain itu, Dinas Pariwisata DIY banyak melibatkan komunitas-komunitas museum dalam melakukan kegiatan promosi wisata museum melalui postingan pada akun instagram @visitingjogja sehingga hubungan yang baik dapat terjalin dan dapat menjangkau lebih banyak audiens.

## 5.2 Saran

Saran dari peneliti terkait pemanfaatan media sosial instagram pada akun @visitingjogja sebagai strategi promosi wisata museum adalah agar pihak Dinas Pariwisata DIY mengoptimalkan pengelolaan media sosial @visitingjogja dengan lebih baik, dengan membentuk divisi tersendiri yang hanya fokus mengelola akun media sosial @visitingjogja dan membagi divisi wisata alam, wisata buatan, dan wisata budaya & sejarah agar divisi tersebut bisa fokus memproduksi konten tersendiri sehingga promosi wisata-wisata tersebut lebih terstruktur dan merata.