

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan temuan pada hasil penelitian, penelitian ini dapat disimpulkan bahwa:

1. Strategi komunikasi digital dari mulut ke mulut berbasis digital telah membawa perubahan kearah yang dapat disesuaikan dengan perkembangan zaman dalam meningkatkan minat wisatawan terhadap Sleman sebagai destinasi pariwisata. Adapun strategi komunikasi dari mulut ke mulut berbasis digital yang diimplementasikan oleh Dinas Pariwisata Sleman seperti halnya meningkatkan minat wisatawan terhadap Sleman sebagai destinasi pariwisata dengan memanfaatkan platform digital seperti media sosial dan situs web, Dinas Pariwisata Sleman mengirimkan informasi yang menarik dan membangun keterlibatan dengan audiens melalui platform digital seperti media sosial dan situs web, melakukan komunikasi dari mulut ke mulut online word of mouth (EWOM), sehingga memberikan ulasan positif dan rekomendasi dari pengunjung, menerapkan opinion leader sehingga mempengaruhi persepsi dan keputusan wisatawan untuk memilih Sleman sebagai tujuan wisata.
2. Dinas Pariwisata Sleman meningkatkan minat wisatawan melalui strategi periklanan berbasis digital, yaitu strategi periklanan berbasis digital yang sesuai dengan tren dan perkembangan zaman. Strategi yang dilakukan yaitu dengan memanfaatkan platform digital seperti Instagram dan YouTube, sehingga mampu menjangkau target audiens yang jauh semestinya dan mengemas konten iklan dengan cara yang menarik dan informatif. Strategi ini memberikan kontribusi yang positif dalam meningkatkan minat wisatawan terhadap Sleman sebagai destinasi pariwisata. Dinas Pariwisata Sleman dapat menentukan target audiens yang tepat dan mengoptimalkan konten serta platform yang sesuai berdasarkan penelitian dan riset terlebih dahulu. Dengan pendekatan ini, Dinas Pariwisata Sleman berhasil meningkatkan keterlibatan dan interaksi dengan audiens, mengubah audiens menjadi pengunjung nyata, serta mengalokasikan anggaran periklanan dengan

efisien. Dinas Pariwisata Sleman juga aktif mengikuti perkembangan cara orang mencari informasi melalui platform digital dan terus memperbarui cara promosi mereka.

3. Dinas Pariwisata Sleman menerapkan strategi pemasaran berbasis digital yang berguna dalam meningkatkan minat wisatawan. Beberapa strategi pemasaran yang diterapkan meliputi strategi pemasaran yang dilakukan yaitu dengan menggunakan konten video, blog, dan artikel untuk memperlihatkan keindahan destinasi wisata Sleman, strategi pemasaran lain yaitu menjalin kerja sama dengan influencer pariwisata dan industri terkait. Dinas Pariwisata Sleman menerapkan strategi pemasaran dengan memanfaatkan media sosial, dan aplikasi wisata, untuk mencapai audiens yang lebih luas dan memberikan pengalaman virtual yang menarik. Dinas Pariwisata Sleman secara konsisten memantau dan menganalisis hasil kampanye, menjaga konsistensi pesan dan branding, dan bekerja sama dengan dinas pariwisata terkait. Dinas Pariwisata Sleman menggunakan data dan analitik, serta mengoptimalkan layanan pelanggan digital dalam melakukan strategi pemasaran.

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat penulis berikan berdasarkan hasil penelitian ini yaitu:

1. Meningkatkan kolaborasi dengan influencer pariwisata dan pelaku industri terkait. Dinas Pariwisata Sleman dapat memperluas jaringan kerja sama dengan influencer dan pelaku industri pariwisata yang memiliki pengaruh besar di media sosial dan platform digital lainnya. Dengan memanfaatkan kekuatan pengaruh mereka, Sleman dapat mendapatkan lebih banyak eksposur dan rekomendasi positif yang dapat meningkatkan minat wisatawan.
2. Memperkuat penggunaan teknologi terbaru dalam pemasaran pariwisata. Dinas Pariwisata Sleman harus terus memantau dan mengadopsi teknologi terbaru seperti augmented reality (AR), virtual reality (VR), dan kecerdasan buatan (AI) untuk memberikan pengalaman yang lebih interaktif dan menarik kepada wisatawan potensial. Penggunaan teknologi ini dapat membantu Sleman membedakan diri dari

destinasi pariwisata lainnya dan menarik minat wisatawan yang mencari pengalaman yang unik.

3. Meningkatkan analisis data dan penggunaan analitik. Dinas Pariwisata Sleman perlu meningkatkan kemampuan mereka dalam menganalisis data dan memanfaatkannya untuk mengoptimalkan strategi pemasaran. Dengan memahami perilaku dan preferensi wisatawan, Sleman dapat menyesuaikan konten dan kampanye pemasaran mereka.