

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis pembahasan, dapat disimpulkan bahwa strategi konten digital yang diterapkan oleh Jogja Amertha Partners (Japas) pada akun Instagram @gesingwonderlandjogja digunakan untuk membangun komunikasi destinasi wisata yang terarah, relevan, dan berbasis kebutuhan audiens. Pengelolaan konten tidak dilakukan secara spontan, melainkan melalui proses perencanaan yang mempertimbangkan karakter audiens, identitas destinasi, serta dinamika platform Instagram.

Pada indikator value creation through content, strategi konten digunakan untuk membentuk persepsi dan citra destinasi melalui penyajian visual dan narasi yang menonjolkan pengalaman wisata. Konten berfungsi sebagai media pencipta nilai emosional dan estetik, sehingga audiens tidak hanya menerima informasi, tetapi juga membangun gambaran dan ekspektasi terhadap Gesing Wonderland sebagai destinasi wisata.

Pada indikator engagement and interaction, strategi diterapkan untuk mendorong keterlibatan audiens secara aktif dan berkelanjutan. Interaksi dua arah melalui respons komentar, pesan, serta penerapan call to action menunjukkan bahwa engagement diposisikan sebagai bagian dari proses komunikasi, bukan sekadar hasil akhir dari unggahan konten.

Pada indikator personalization, strategi konten diarahkan untuk menciptakan kedekatan dengan audiens wisata melalui penyesuaian gaya visual, tone komunikasi, dan format konten. Personalisasi berfungsi untuk memastikan bahwa pesan yang

disampaikan terasa relevan dan sesuai dengan preferensi audiens, sehingga memperkuat keterikatan emosional terhadap destinasi.

Sementara itu, pada indikator technology integration, pemanfaatan teknologi digital digunakan untuk mendukung pengambilan keputusan konten yang lebih adaptif dan berbasis data. Penggunaan fitur Instagram, insight analytics, serta teknologi pendukung produksi konten menjadi bagian dari sistem kerja yang terintegrasi dalam perencanaan, produksi, dan evaluasi konten.

Secara keseluruhan, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa strategi konten digital pada akun @gesingwonderlandjogja berfungsi untuk mengintegrasikan kreativitas, interaksi, personalisasi, dan teknologi dalam satu sistem komunikasi destinasi wisata. Keterlibatan agensi pihak ketiga seperti Japas berperan dalam mengarahkan pengelolaan media sosial agar lebih terstruktur, konsisten, dan selaras dengan perkembangan pemasaran digital serta kebutuhan audiens wisata.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis terhadap strategi konten Instagram @gesingwonderlandjogja, terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan oleh pihak Jogja Amertha Partners (Japas) maupun oleh peneliti selanjutnya.

1. Saran untuk Japas / Pengelola Gesing Wonderland

a. Mengembangkan konten berbasis storytelling yang lebih mendalam

Berdasarkan temuan pada indikator value creation through content, konten visual dan hooks telah mampu menarik perhatian audiens. Ke depan, Japas dapat mengembangkan narasi pendek yang lebih eksploratif untuk membangun pengalaman emosional audiens, sehingga nilai destinasi dapat dikomunikasikan secara lebih kuat dan berbeda dari kompetitor.

b. Mengoptimalkan personalisasi berdasarkan insight audiens

Hasil temuan menunjukkan bahwa mayoritas audiens berasal dari Yogyakarta dengan rentang usia 25-34 tahun. Oleh karena itu, Japas dapat mengembangkan segmentasi konten yang lebih spesifik, seperti konten untuk keluarga muda, solo traveler, atau pengguna Instagram lokal, agar relevansi pesan semakin meningkat.

c. Mengembangkan sistem manajemen komplain yang lebih terstruktur

Temuan pada indikator engagement and interaction menunjukkan bahwa respons terhadap komentar dan pesan telah dilakukan secara aktif. Untuk mendukung keberlanjutan interaksi, Japas dapat mempertimbangkan pengembangan sistem pendataan komplain berbasis database agar isu yang berulang dapat dikelola secara lebih sistematis dan menjadi bahan evaluasi jangka panjang.

d. Memanfaatkan teknologi AI secara lebih terkontrol dan strategis

Berdasarkan temuan technology integration, pemanfaatan AI telah digunakan dalam proses produksi konten. Ke depan, teknologi AI dapat dikembangkan untuk mendukung otomatisasi analisis insight, penjadwalan unggahan, atau prediksi performa konten, dengan tetap mempertahankan kontrol kreatif dari tim pengelola.

e. Melakukan evaluasi konten secara tematik dan jangka Panjang

Evaluasi performa konten yang dilakukan secara rutin dapat diperkuat dengan evaluasi tematik dalam periode tertentu, misalnya per tiga bulan, untuk melihat pola jangka panjang dan menentukan arah branding destinasi wisata secara lebih strategis.

2. Saran untuk Peneliti Selanjutnya

- a. Menggunakan pendekatan metode campuran (mixed methods)

Penelitian selanjutnya disarankan mengombinasikan wawancara, analisis konten kuantitatif, dan survei audiens untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai efektivitas konten Instagram.

- b. Mengkaji perbandingan strategi konten pada beberapa destinasi wisata

Penelitian berikutnya dapat membandingkan strategi konten antara beberapa destinasi wisata di Yogyakarta atau Gunungkidul untuk mengidentifikasi pola, perbedaan, dan keunikan strategi komunikasi digital.

- c. Meneliti efektivitas konten pada platform lain

Mengingat potensi platform lain seperti TikTok dalam mendatangkan trafik wisata, penelitian lanjutan dapat mengkaji perbandingan efektivitas strategi konten antarplatform.

- d. Mengukur dampak konten terhadap keputusan berkunjung

Penelitian berikutnya dapat menambahkan variabel niat berkunjung atau keputusan wisatawan untuk melihat dampak konten digital secara lebih langsung terhadap perilaku audiens.

- e. Memperluas analisis integrasi teknologi

Penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi penggunaan tools digital dan otomasi pemasaran untuk melihat pengaruhnya terhadap kualitas strategi konten dan pengambilan keputusan pemasaran.