

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengamatan, hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

Dengan kelebihan signifikan pada media online, bisa menjadi alat yang ampuh untuk mempromosikan pariwisata Indonesia khususnya Batam, dengan menuliskan tentang keindahan, budaya dan kuliner. Travel blogger merupakan aktor utama yang berperan besar dalam mempromosikan pariwisata. Travel blogger memiliki peran bukan hanya sebagai duta pariwisata saja namun juga sebagai:

1. Travel Blogger sebagai pengamat, kelebihan yang dimiliki travel blogger adalah pengalaman ketika mendatangi suatu tempat pariwisata. Pengalaman ini membantu kita dalam menghasilkan pengamatan secara detail mengenai kondisi sebenarnya tujuan wisata yang dikunjungi maka dari itu travel blogger tersebut harus menyampaikan opini secara objektif, sehingga pembaca atau pengikut akun travel blogger mereka dapat memahami gambaran secara utuh mengenai tujuan wisata yang menjadi objek tulisannya ataupun kontennya.
2. Travel Blogger sebagai promotor, dimana tulisannya ataupun kontennya memberikan imajinasi kepada pengikutnya sehingga menumbuhkan rasa

ketertarikan mendatangi tempat yang dijadikan objek wisata travel blogger.

Para travel blogger menggunakan pemanfaatan media online untuk mempromosikan wisata dikota Batam salah satunya yang sering mereka gunakan adalah kampanye vs *ongoing strategi* dimana mereka menggunakan *give away* terhadap para followers dengan syarat follow akun blogger lain untuk memenangkan *give away* tersebut, dan secara otomatis *followers* akan *menfollow* blogger untuk memenangkan undian ataupun *giveway* tersebut.

Para blogger memiliki beberapa strategi dalam memanfaatkan media online travel blogger dalam mempromosikan wisata dikota Batam. Berdasarkan *the social media marketing book* menurut Dan Zarella, pemanfaatan penggunaan media online pada travel blogger dalam mempromosikan wisata di kota Batam melalui media online terdiri dari monitoring, merespon, riset, kampanye versus *ongoing strategy* dan integrasi namun para blogger hanya menggunakan empat dari lima dalam menggunakan strategi dalam memanfaatkan sosial media.

Proses dalam menggunakan strategi ini memegang peranan yang sangat penting dalam memperkenalkan pariwisata Indonesia khususnya pariwisata Batam kepada dunia luar, masing – masing strategi telah bekerja sesuai dengan teori yang disampaikan Zarella, dan media online memberikan efek pesan terhadap komunikannya, dan strategi ini memberikan dampak yang patut di ajukan jempol terhadap pariwisata khususnya di kota Batam.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pengamatan penelitian selama melakukan pengamatan terhadap para travel blogger, maka saran yang dapat disimpulkan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Peneliti berharap tidak hanya travel blogger saja yang mengembangkan pariwisata dikota Batam namun khalayak luar juga, dan peneliti berharap agar pemerintah tidak hanya fokus mempromosikan wisata saja namun alat transportasi ketempat wisata tersebut juga harus mendukung
2. Hasil penelitian ini dapat dikembangkan oleh peneliti selanjutnya dengan hasil variabel yang lebih luas dan lebih variatif agar dapat berguna bagi ilmu pengetahuan.