

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang peneliti dapatkan pada analisis isi konten Instagram *@Batamtourism_official* pada kesadaran wisata followers membuat penulis dapat menyimpulkan beberapa hal. Selaras dengan tujuan penelitian ini. Peneliti mendapatkan informasi dari menganalisis isi konten Instagram *@Batamtourism_official* melalui postingan yang dibagikan dan bentuk halaman beranda instgram akun *@Batamtourism_official* yaitu :

1. Bahwa *@Batamtourism_official* memanfaatkan berbagai jenis konten ini di akun Instagram mereka, seperti postingan foto, video, dan Reels, serta menggunakan fitur Stories Highlights untuk menyoroti momen penting atau topik tertentu mengenai jenis-jenis pariwisata hingga atraksi yang dilaksanakan. Dengan memanfaatkan jenis konten yang beragam, *@Batamtourism_official* dapat memberikan pengalaman yang menarik dan interaktif bagi pengikut mereka, dan dengan demikian, meningkatkan kesadaran wisata tentang destinasi Batam di platform Instagram.
2. Interaksi followers terhadap postingan di Instagram *@Batamtourism_official* meliputi berbagai tindakan seperti memberikan like, komentar, berbagi, menyimpan, mengirimkan pesan langsung, dan menandai teman (*tag*). Interaksi ini merupakan cara bagi pengikut untuk berkomunikasi, memberikan umpan

balik, atau mengekspresikan dukungan terhadap konten yang dibagikan oleh pengguna Instagram *@Batamtourism_official*. Dengan berbagai bentuk interaksi ini, pengikut dapat berpartisipasi aktif dalam membangun komunitas dan meningkatkan engagement di platform Instagram. Semakin tinggi tingkat interaksi dan keterlibatan dengan pengikut, semakin aktif dan terhubunglah akun dengan audiensnya, yang berkontribusi pada meningkatnya visibilitas dan popularitas akun *@Batamtourism_official*.

3. Meningkatkan kesadaran wisata merupakan langkah penting dalam mempromosikan destinasi wisata dan menarik minat wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat. Beberapa faktor yang dapat meningkatkan kesadaran wisata antara lain strategi pemasaran yang efektif, konten menarik di media sosial, kerjasama dengan influencer wisata, acara dan festival wisata, partisipasi dalam pameran wisata, program pendidikan dan workshop, infrastruktur yang baik, pengelolaan lingkungan yang berkelanjutan, testimoni positif, dan menyediakan informasi dan materi promosi yang menarik. Meningkatkan kesadaran wisata memerlukan kerja sama dari pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat untuk menciptakan pengalaman pariwisata yang unik dan menarik bagi wisatawan.
4. *@Batamtourism_official* adalah alat yang sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran wisata, karena sebagai platform media sosial, Instagram memiliki potensi besar untuk mempromosikan destinasi wisata dan mencapai audiens global. Dengan kreativitas dan strategi yang tepat, Instagram dapat menjadi alat yang sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran wisata, menarik lebih

banyak wisatawan, dan mempromosikan keindahan dan daya tarik suatu destinasi kepada audiens global. Dengan memanfaatkan potensi Instagram secara optimal, destinasi wisata dapat mencapai tingkat kesadaran yang lebih tinggi di kalangan wisatawan potensial.

5. Dengan memanfaatkan media sosial Instagram secara efektif, Dinas kebudayaan dan pariwisata kota batam dapat memperkuat hubungan dengan masyarakat, meningkatkan partisipasi publik, dan menciptakan dampak positif dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat. Dengan demikian, penggunaan Instagram *@Batamtourism_official* oleh Dinas kebudayaan dan pariwisata kota batam merupakan langkah yang tepat dan penting dalam era digital ini.
6. Bahwa perbedaan tingkat kesadaran wisata antara pengguna Instagram aktif dan non-aktif dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Pengguna Instagram aktif cenderung lebih terpapar dengan konten wisata, mendapatkan informasi terbaru, lebih aktif berinteraksi dengan konten, dan mungkin lebih cenderung dipengaruhi untuk mengunjungi destinasi tertentu. Di sisi lain, pengguna non-aktif mungkin memiliki eksposur yang lebih terbatas terhadap konten wisata dan perlu melakukan pencarian informasi lebih lanjut sebelum membuat keputusan perjalanan. Namun, perlu diingat bahwa faktor-faktor ini dapat bervariasi antara individu dan kesadaran wisata juga dipengaruhi oleh banyak faktor lainnya di luar penggunaan Instagram. Meskipun Instagram dapat berpengaruh pada kesadaran wisata, ada banyak aspek lain yang ikut memengaruhi kesadaran dan minat seseorang terhadap destinasi wisata tertentu,

termasuk faktor budaya, pengalaman pribadi, rekomendasi dari teman atau keluarga, dan kampanye pemasaran yang lebih luas.

7. Generasi muda aktif dalam berinteraksi dengan konten pariwisata baik itu dengan akun *@Batamtourism_official* ataupun media partner lainnya melalui memberikan like, komentar, dan berbagi, sementara generasi yang lebih tua cenderung lebih pasif dalam interaksi tersebut. Penggunaan hashtag dan lokasi juga berbeda di antara generasi, dengan generasi muda lebih terbiasa menggunakan hashtag trendi dan geotag untuk menandai lokasi mereka saat berlibur. Sedangkan generasi yang lebih tua lebih aktif menggunakan sosial media selain Instagram.

Dapat disimpulkan bahwa Instagram *@Batamtourism_official* dalam meningkatkan kesadaran wisata, *@Batamtourism_official* memanfaatkan berbagai jenis konten seperti foto, video, dan Reels, serta menggunakan fitur Stories Highlights untuk menarik dan interaktif bagi pengikutnya, dan berkontribusi dalam meningkatkan kesadaran wisata tentang destinasi Batam di platform Instagram. Interaksi pengikut dengan konten di Instagram *@Batamtourism_official* meliputi berbagai tindakan seperti like, komentar, berbagi, menyimpan, mengirimkan pesan langsung, dan menandai teman (tag). Meningkatkan kesadaran wisata merupakan langkah penting dalam mempromosikan destinasi wisata dan menarik minat wisatawan. Penggunaan Instagram *@Batamtourism_official* oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Batam merupakan langkah yang tepat dan penting dalam era digital ini, karena dapat memperkuat hubungan dengan masyarakat, meningkatkan partisipasi publik, dan menciptakan dampak positif

dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat. Perbedaan tingkat kesadaran wisata antara pengguna Instagram aktif dan non-aktif dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Pengguna Instagram aktif cenderung lebih terpapar dengan konten wisata, mendapatkan informasi terbaru, lebih aktif berinteraksi dengan konten, dan mungkin lebih cenderung dipengaruhi untuk mengunjungi destinasi tertentu. Namun, perlu diingat bahwa faktor-faktor ini dapat bervariasi antara individu dan kesadaran wisata juga dipengaruhi oleh banyak faktor lainnya di luar penggunaan Instagram. Perbedaan generasi atau umur menjadi pembeda dalam penggunaan sosial media Instagram untuk mencari suatu informasi.

Kesadaran wisata sangat penting bagi akun sosial media *@Batamtourism_official* untuk terus meningkatkan kesadaran wisata di kalangan *followers*-nya. Dengan menghadirkan konten yang menarik, informatif, dan menginspirasi, akun tersebut dapat menjadi alat yang efektif untuk mempromosikan Batam sebagai tujuan wisata yang menarik dan beragam. Upaya dinas kebudayaan dan pariwisata kota batam melakukan banyak cara untuk meningkatkan kesadaran wisata terutama kepada kelompok sadar wisata (pokdarwis) sebagai mentor dalam membangun Masyarakat yang sadar wisata.

Bukti bahwa kesadaran wisata pada *followers @Batamtourism_official* ialah, pada masa pandemik COVID-19 masyarakat hanya mendapatkan informasi mengenai pariwisata kota batam melalui sosial media ataupun *website*. Pada tahun 2019 kota batam mendapatkan posisi kedua sebagai kunjungan wisatawan. Hingga new normal bukanya jalur masuk wisatawan luar ke kita batam perlahan naik hingga tahun 2022. Data ini diambil dari *website* disbupar.batam.go.id. selain dari

informasi wisatawan yang sudah pernah belibur ke kota batam, tentunya sosial media menjadi media perantara informasi untuk menarik khalayak untuk mencari informasi mengenai wisata kota batam melalui *@Batamtourism_official*.

5.2 Saran

Saran tercipta berdasarkan hasil dan pembahasan yang penulis dapatkan di lapangan peneliti memiliki saran yang perlu diperhatikan, sebagai berikut :

1. Bagi dinas kebudayaan dan pariwisata kota batam, terus membangun kolaborasi terhadap media partner lainnya yang bergerak dalam bidang pariwisata agar menaikkan insightmen sosial media *@Batamtourism_official*.
2. Bagi dinas kebudayaan dan pariwisata kota batam harus meningkatkan dalam pemanfaatan sosial media Instagram dengan memanfaatkan semua fitur-fitur Instagram yang tersedia sehingga Instagram *@Batamtourism_official* menjadi lebih menarik.
3. Bagi admin *@Batamtourism_official* perlu membuat kuesioner untuk mengetahui seberapa puas dan sadar wisata terhadap *followers*-nya, sebagai bahan pertimbangan untuk jenis konten apa yang paling efektif diterima *followers @batamtourism_official*.