

## BAB V

### SIMPULAN

#### 5.1 Simpulan

Dalam proses memperkenalkan dan menyampaikan pesan suatu objek wisata sangat dibutuhkan strategi dan perencanaan. Hal ini dilakukan agar pesan dalam mempromosikan dapat sampai kepada masyarakat dan dengan adanya promosi dan memperkenalkan suatu objek wisata, masyarakat jadi mengetahui hal-hal apa saja yang ada pada suatu objek wisata. Objek wisata Tumpeng Menoreh telah memilih media yang tepat dalam menyampaikan pesan yaitu melalui media sosial Instagram @tumpengmenoreh.

@tumpengmenoreh telah menyusun strategi media sosialnya dan melakukan tahapan pada konsep Quesenberry dan Karyanto yakni (1) Menganalisis target audiens; (2) Menentukan goals atau objektif yang dilihat dengan konsep SMART; (3) Memilih media yang tepat untuk digunakan; (4) Menganalisis SWOT; (5) Melakukan Upaya Pendekatan 3A yaitu Aksesibilitas, Amenitas, dan Atraksi. Meskipun terdapat beberapa tahap analisis yang kurang lengkap di SMART Objective dan Pendekatan 3A, strategi media sosial pada objek wisata Tumpeng Menoreh @tumpengmenoreh tetap dapat dianalisis menggunakan konsep ini. Instagram @tumpengmenoreh pada konsep SMART *Objective* tidak menetapkan tolak ukur pada keberhasilan strategi media sosialnya.

Strategi media sosial yang dijalankan @tumpengmenoreh hanya berhenti pada pengukuran pertumbuhan akun berdasarkan professional dashboard, insight, dan pertumbuhan followers. Pada strategi media sosial dinilai secara objektif dalam menarik minat pengunjung melalui media sosial, @tumpengmenoreh telah menjalankan sebagian besar dari objektif media sosial.

## **5.2 Saran**

### **5.2.1 Saran Akademis**

Penelitian ini hanya berfokus kepada penerapan strategi media sosial objek wisata tumpeng menoreh dalam menarik minat pengunjung. Dapat disimpulkan bahwa strategi media sosial yang digunakan pada objek wisata tumpeng menoreh berfokus pada pengembangan objek wisata dan wahana yang disajikan, karena dengan adanya pengembangan dan pengadaan wahana baru, pengunjung akan otomatis berdatangan dengan sendirinya. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat meneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif dan berfokus pada pengembangan unit wisata baru serta pengelolaannya di Tumpeng Menoreh.

### **5.2.2 Saran Praktis**

Melihat kesulitan akses pada objek wisata tumpeng menoreh, terdapat media sosial yang dapat membuat objek wisata alam yang memiliki akses yang susah dijangkau menjadi ramai dengan adanya informasi yang meluas. Pembuatan informasi di media sosial disajikan berupa konten berupa postingan story dan feeds yang mana meyuguhkan pemandangan yang dapat mempersuasi pengunjung dan pengguna media sosial dan menggunakan story dengan adanya interaksi dengan calon pengunjung.

Kemudian, objek wisata tumpeng menoreh menerapkan strategi pendekatan 3A yang mana menyediakan fasilitas di dalam wisata yang cukup membantu pengunjung untuk segala usia yaitu menyediakan fasilitas gondola yang mana dapat membantu pengunjung untuk sampai di puncak tumpeng menoreh.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A