

BAB V

KESIMPULAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis perancangan dan implementasi kampanye digital #EkowisataDiSukagalih melalui revitalisasi akun Instagram @ekowisata_sukagalih dengan model SOSTAC, temuan utama menunjukkan keberhasilan signifikan dalam mencapai tujuan karya. Pada platform Instagram, kampanye mencapai jangkauan (reach) 22.092 akun unik, impresi 69.928, interaksi 1.300, dan pertumbuhan followers bersih sebanyak 217 akun, dengan tingkat keterlibatan (engagement rate) 18,36% yang melampaui KPI minimal 5-10%. Konten berbasis Reels dan Stories mendominasi performa, dengan topik Kampung Sukagalih sebagai kontributor terbesar dalam penambahan followers (145 akun), sementara target audiens utama tercapai melalui dominasi usia 25-44 tahun (60%), lokasi Jakarta (15,1%) dan sekitar Jawa Barat, serta proporsi gender laki-laki 64,2%. Pada TikTok sebagai kanal pendukung, diperoleh 44K tayangan, 8.366 likes, dan 73 followers baru, dengan konten video pendek seperti "Video vs The Photos" mencapai 27.800 views berkat dukungan iklan. Secara keseluruhan, penggunaan anggaran untuk ads Instagram (Rp 200.412), TikTok (Rp 71.428), serta tools editing seperti Canva Pro (Rp 30.000) dan CapCut Pro (Rp 15.000) terbukti efisien dalam memperkuat visibilitas digital.

Refleksi atas karya ini menegaskan bahwa revitalisasi akun Instagram tidak hanya berhasil mengaktifkan kembali media komunikasi digital yang efektif untuk memperkenalkan potensi ekowisata di Kampung Sukagalih, tetapi juga membangun kesadaran masyarakat luas terhadap nilai-nilai pelestarian lingkungan dan pariwisata berkelanjutan, sejalan dengan SDGs 8 tentang Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi. Melalui kolaborasi dengan Lembaga Alam Tropika Indonesia (LATIN) dan Komunitas Pestaarian Lingkungan (KOPEL), karya ini menciptakan model pemberdayaan masyarakat lokal yang inklusif, di mana generasi muda terlibat aktif dalam pengelolaan konten, mengatasi tantangan

sebelumnya seperti penurunan engagement akibat kurangnya motivasi. Interpretasi mendalam menunjukkan bahwa pendekatan narasi autentik, visualisasi alam, dan interaksi berbasis komunitas mampu mengubah potensi Desa menjadi aset ekonomi yang ramah lingkungan, dengan dampak jangka panjang berupa peningkatan partisipasi wisatawan urban dan kolaborasi berkelanjutan, sehingga karya ini berkontribusi nyata terhadap pengembangan ekowisata di Indonesia.

5.2 Saran

Beberapa aspek dari Desain kampanye #EkowisataDiSukagalih masih menunjukkan potensi untuk diperbaiki dan ditingkatkan. Temuan tersebut sangat relevan sebagai panduan strategis dalam merumuskan kampanye digital di masa mendatang, terutama yang mengusung tema pemberdayaan ekowisata Desa

5.2.1 Saran Akademis

Kampanye digital #EkowisataDiSukagalih melalui revitalisasi akun Instagram @ekowisata_sukagalih dengan model SOSTAC masih memiliki beberapa kekurangan, seperti durasi pelaksanaan yang relatif singkat (sekitar 40 hari, dari 14 Oktober hingga 24 November 2025) sehingga analisis dampak jangka panjang terhadap kunjungan wisatawan, pertumbuhan ekonomi lokal, serta perubahan sikap dan rasa kepemilikan komunitas belum dapat dievaluasi secara mendalam. Selain itu, fokus utama pada Instagram dan TikTok sebagai kanal pendukung, ditambah anggaran iklan terbatas (sekitar Rp316.840), membatasi eksplorasi multichannel dan skalabilitas awal. Secara akademis, penelitian ini masih dapat diperkuat melalui evaluasi kualitatif yang lebih mendalam, tidak hanya mengandalkan metrik kuantitatif media sosial, tetapi juga menggali partisipasi serta persepsi masyarakat melalui wawancara mendalam atau focus group discussion. Untuk peneliti selanjutnya, disarankan memperpanjang periode kampanye minimal dua bulan, sehingga metodologi komunikasi digital di sektor ekowisata Desa menjadi lebih komprehensif dan berkelanjutan.

5.2.2 Saran Praktis

Untuk menjamin keberlanjutan akun media sosial Ekowisata Sukagalih agar tidak non-aktif lagi, pengelolaan utama kini diserahkan kepada satu perwakilan KOPEL. Agar kualitas konten dan konsistensi unggahan tetap terjaga, pengelola tunggal ini harus didukung oleh seorang supervisor yang bertugas sebagai pendamping, pemberi masukan untuk perencanaan konten, dan pengevaluasi sederhana performa unggahan. Pola kerja yang melibatkan pengelola dan supervisor ini penting untuk mencegah ketergantungan pada satu orang. Ke depannya, disarankan agar pengelolaan media sosial tetap berbasis pada koordinasi antara pengelola, supervisor, dan seluruh pemuda KOPEL, sehingga media sosial berfungsi sebagai sarana dokumentasi dan penguatan narasi komunitas Desa Sukagalih secara berkelanjutan dan realistis.

