

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk merancang konten promosi ekowisata melalui platform TikTok menggunakan pendekatan *design thinking* pada destinasi Budidaya Lebah Madu Pasundan Margawindu. Melalui lima tahapan *design thinking*, penelitian ini mengungkap bahwa destinasi memiliki potensi ekowisata yang kuat dari aspek konservasi lingkungan, pemberdayaan masyarakat lokal, dan keberlanjutan ekonomi, namun belum didukung oleh strategi promosi digital yang optimal.

Pada tahap *empathize*, ditemukan bahwa pemilik destinasi mengalami kesulitan dalam memanfaatkan media sosial secara maksimal, khususnya TikTok. Survei terhadap pengguna aktif TikTok menunjukkan bahwa jenis konten yang paling disukai adalah *voice over*, *cinematic*, *talking head*, dan *photo slide*. Berdasarkan temuan ini, peneliti merumuskan masalah utama pada tahap *define*, yaitu rendahnya visibilitas destinasi akibat kurangnya konten promosi yang konsisten dan menarik.

Selanjutnya pada tahap *ideate*, peneliti dan pemilik destinasi menyusun konsep kreatif konten dan merancang kalender serta skrip berdasarkan preferensi target audiens serta nilai-nilai ekowisata. Keempat konten kemudian diproduksi pada tahap *prototype*, dan pada tahap *test*, konten diuji melalui akun TikTok resmi destinasi. Hasil menunjukkan bahwa video *voice over* mendapatkan tayangan tertinggi, sementara video *photo slide* dan *talking head* memperoleh tingkat interaksi tertinggi. Hal ini membuktikan bahwa tayangan tinggi tidak selalu berbanding lurus dengan interaksi, sehingga penting untuk mempertimbangkan bentuk konten yang mampu mendorong partisipasi audiens.

Konten-konten yang dirancang peneliti memperoleh umpan balik dari audiens TikTok berupa jumlah tayangan, suka, komentar, dan bagikan. Hal ini menunjukkan bahwa konten dengan konsep *edutainment* melalui media sosial TikTok dapat digunakan sebagai alat promosi ekowisata untuk menjangkau pengunjung dalam jumlah besar dan mudah diakses dengan menggunakan untuk destinasi Budidaya Lebah Madu Pasundan Margawindu. Lebih lanjut, *Kang Ewok* selaku pemilik dan pengelola destinasi Budidaya Lebah Madu Pasundan Margawindu mengaku senang dan terbantu atas perancangan konten yang diproduksi oleh peneliti. Ia berharap destinasi yang dikelolanya akan semakin dikenal oleh masyarakat sebagai destinasi yang memiliki keunikan dan memiliki nilai edukasi yang tinggi.

Hasil analisis menunjukkan bahwa video *voice over* mendapatkan jumlah tayangan tertinggi, namun video *slide photo* dan *talking head* memiliki tingkat interaksi yang lebih tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa tayangan tinggi tidak selalu menjamin efektivitas pesan, sehingga penting untuk memperhatikan bentuk konten yang mampu mendorong interaksi audiens. Wawancara dengan konten kreator TikTok juga mengonfirmasi bahwa jenis konten *voice over* terbukti lebih menarik bagi audiens, namun keberhasilan konten tidak hanya bergantung pada tayangan tinggi, tetapi juga pada interaksi yang dapat meningkatkan efektivitas promosi.

Dengan demikian, penelitian ini membuktikan bahwa media sosial TikTok dapat dimanfaatkan sebagai media promosi digital yang efektif dan edukatif. Pembuatan konten berdasarkan preferensi audiens dapat meningkatkan keterlibatan, dibuktikan melalui hasil umpan balik dari audiens TikTok. Hal ini menunjukkan bagaimana media sosial dapat menjadi alat promosi yang menjangkau audiens luas secara cepat dan mudah diakses, khususnya untuk destinasi seperti Budidaya Lebah Madu Pasundan Margawindu.

5.2 Implikasi

Sebagai lanjutan dari hasil penelitian yang telah dibahas, terdapat beberapa implikasi yang dapat diterapkan oleh pengelola destinasi ekowisata dan pihak

terkait lainnya. Implikasi-implikasi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk pengembangan dan promosi ekowisata yang lebih efektif dan berkelanjutan.

1. Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Kepemudaan, dan Olahraga Kabupaten Sumedang memiliki peran penting dalam mendukung promosi destinasi ekowisata melalui strategi pemasaran yang lebih kuat dan terintegrasi. Salah satu langkah yang dapat diambil adalah dengan memberikan pelatihan *digital marketing* kepada pengelola ekowisata lokal, terutama dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi. Penggunaan platform digital, seperti TikTok, perlu dioptimalkan untuk menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda yang aktif di media sosial. Dinas Pariwisata juga dapat memfasilitasi kerja sama dengan *influencer* atau *content creator* yang berfokus pada promosi wisata berbasis alam dan ekowisata. Selain itu, Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Kepemudaan, dan Olahraga Kabupaten Sumedang juga perlu mendukung kebijakan yang mempromosikan keberlanjutan ekowisata, dengan mengintegrasikan elemen konservasi alam dan edukasi lingkungan dalam setiap kegiatan promosi. Hal ini dapat meningkatkan visibilitas dan daya tarik destinasi ekowisata di Kabupaten Sumedang, sekaligus memastikan bahwa destinasi tetap terjaga kelestariannya.
2. Pengelola Budidaya Lebah Madu Pasundan Margawindu perlu meningkatkan kualitas konten promosi yang disajikan melalui media sosial, khususnya TikTok. Pengelola harus lebih konsisten dalam memproduksi konten yang menarik dan edukatif, dengan mempertimbangkan preferensi audiens, seperti video *voice over*, *cinematic*, dan *talking head* yang terbukti efektif dalam menarik perhatian audiens. Pengelola juga disarankan untuk memperkuat keterlibatan audiens dengan cara mendorong partisipasi aktif melalui interaksi seperti komentar, berbagi, dan *like*, yang dapat meningkatkan *engagement*. Selain itu, pengelola dapat mengembangkan produk atau pengalaman wisata yang lebih variatif, seperti program edukasi

tentang ekosistem lebah madu, yang dapat menarik minat wisatawan untuk mengunjungi destinasi ini lebih sering. Pengembangan fasilitas yang ramah pengunjung serta peningkatan layanan informasi di lokasi juga sangat penting untuk menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi wisatawan dan mendukung tingkat kunjungan yang lebih tinggi.

5.3 Rekomendasi

Berdasarkan hasil temuan dan kesimpulan yang diperoleh, peneliti memiliki beberapa rekomendasi sebagai berikut.

1. Untuk Pengelola Budidaya Lebah Madu Pasundan Margawindu

Peneliti menyarankan agar lebih aktif dan konsisten dalam mengelola media sosial dan memproduksi konten promosi khususnya pada platform TikTok. Pemanfaatan platform ini sebagai media promosi dapat meningkatkan visibilitas destinasi, terutama di kalangan generasi muda. Selain itu, pengelola sebaiknya mempertimbangkan untuk merekrut atau melibatkan pihak yang memiliki kemampuan dalam bidang konten digital.

2. Untuk Peneliti Selanjutnya

Disarankan untuk melakukan studi lanjutan dengan cakupan waktu lebih panjang agar dapat memantau perubahan jangkauan dan keterlibatan audiens dari waktu ke waktu. Selain itu, pendekatan kuantitatif juga dapat digunakan untuk mengukur dampak promosi digital terhadap peningkatan kunjungan wisata. Penelitian ke depan juga dapat menggali lebih dalam keterlibatan masyarakat lokal dalam pembuatan konten promosi.

3. Untuk Lembaga Akademi dan Pendidikan

Lembaga akademik dan pendidikan, khususnya yang bergerak di bidang pariwisata, dapat memperkenalkan kurikulum yang mengajarkan keterampilan pemasaran digital dan media sosial kepada mahasiswa. Program pelatihan yang berfokus pada pengelolaan konten digital untuk destinasi wisata akan memberi manfaat besar bagi mahasiswa dan calon

profesional di industri pariwisata. Selain itu, penelitian lebih lanjut di bidang ekowisata dan pemasaran digital harus didorong agar dapat menghasilkan data dan wawasan yang lebih mendalam untuk pengembangan lebih lanjut. Kerja sama antara perguruan tinggi dan pengelola destinasi wisata juga perlu diperkuat, misalnya dengan melibatkan mahasiswa dalam pembuatan konten promosi sebagai bagian dari program magang atau proyek penelitian.