

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial *Instagram* berperan signifikan dalam meningkatkan minat berkunjung wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata ke Wana Wisata Kampoeng Ciherang. Berdasarkan temuan penelitian, akun media sosial *Instagram* @kampoengciherang_official memiliki kontribusi sebesar 32,5% dalam memengaruhi minat berkunjung wisatawan, sehingga dapat dikatakan bahwa media sosial *Instagram* menjadi salah satu faktor utama dalam strategi promosi dan preferensi bagi wisatawan. Selain itu, hasil analisis deskriptif mengindikasikan bahwa mayoritas responden memberikan tanggapan positif terhadap aktivitas media sosial *Instagram* yang dilakukan oleh akun @kampoengciherang_official, baik dalam hal kualitas konten yang disajikan, tingkat interaksi dengan audiens, pembentukan citra destinasi, maupun minat berkunjung wisatawan. Secara umum, temuan dalam penelitian ini menegaskan bahwa media sosial *Instagram* memiliki peran yang signifikan dan strategis dalam meningkatkan minat berkunjung wisatawan, sekaligus membentuk preferensi serta media untuk mempromosikan destinasi wisata. Hal ini juga menjadi bukti bahwa promosi digital memiliki dampak yang nyata dalam pengembangan industri pariwisata.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, berikut ini adalah saran yang peneliti dapat sampaikan dengan sebagai berikut:

- 1) Diharapkan kepada pengelola Wana Wisata Kampoeng Ciherang, peneliti menyarankan untuk terus meningkatkan kualitas konten yang diunggah di akun *Instagram* @kampoengciherang_official, dengan fokus pada visual yang menarik, caption yang informatif, dan interaksi yang aktif dengan pengikut. Pengelola juga perlu memperhatikan umpan balik dari pengunjung untuk meningkatkan pelayanan dan fasilitas yang ada.

- 2) Diharapkan kepada masyarakat dan wisatawan, peneliti berharap dapat turut serta dalam mendukung kegiatan promosi destinasi tersebut melalui pemanfaatan media sosial *Instagram*, membagikan pengalaman kunjungan mereka ke Wana Wisata Kampoeng Ciherang melalui berbagai platform media sosial. Unggahan berupa testimoni positif, foto, atau video menarik berpotensi meningkatkan eksposur destinasi tersebut di kalangan pengguna media sosial lainnya, serta membentuk citra yang baik di mata publik.. Selain itu, diperlukan adanya edukasi mengenai pentingnya peran media sosial sebagai alat strategis dalam memperkenalkan potensi wisata lokal secara lebih luas.
- 3) Diharapkan kepada peneliti lain, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan literatur referensi dan mengembangkan penelitian dengan tema dan obyek yang sama, khususnya di Wana Wisata Kampoeng Ciherang untuk mengembangkan destinasi wisata tersebut.
- 4) Diharapkan kepada pembaca, penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber kajian dan ilmu yang dapat menambah wawasan para pembaca mengenai pentingnya analisis pengaruh Instagram sebagai media sosial terhadap aspek pariwisata sebagai sarana informasi, komunikasi dan promosi.