

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI & REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil temuan penelitian yang sudah dilakukan, bahwa hasil analisis unggahan konten Explore Bogor pada periode Januari – Juli 2024 di temukan sejumlah 108 konten, jika melihat dari unggahan konten Instagram Explore Bogor yaitu kuat pada wisata alamnya karena akun Instagram tersebut cukup banyak menampilkan konten informasi destinasi wisata bernuansa alam. Hal tersebut di perkuat berdasarkan pengkodean analisis konten visual pada unggahan instagram @explorebogor yang telah di lakukan oleh peneliti dan wawancara dengan informan yang merupakan founder dari Explore Bogor sebagai uji keabsahan data, menunjukkan hasil bahwa citra destinasi yang terbentuk pada Explore Bogor dalam dimensi kognitif adalah *Nature* (alam). Sedangkan citra destinasi dalam dimensi afektif *Emotion*, unggahan gambar yang dominan muncul yaitu *Serenity* (ketenangan) dan dimensi afektif *Camera Angle*, unggahan gambar yang dominan muncul yaitu konten menggunakan sudut pandang fotografi *Eye Level*.

Explore Bogor dalam membuat dan mengunggah konten ke media sosial Instagram sangat memperhatikan aturan etika-etika publikasi dengan menjunjung tinggi etika media yang netral, tanpa sara, provokasi dan berita negatif lainnya sehingga terciptanya penyampaian informasi yang jelas dan lengkap kepada followers Instagram. Maka dalam hal tersebut, Explore Bogor berharap menjadi satu-satunya media nomor satu untuk urusan informasi pariwisata yang ada di Bogor melalui akun media sosial @explorebogor kepada jangkauan masyarakat yang lebih luas bahkan hingga mancanegara. Dalam hal ini, peran Explore Bogor dalam membentuk citra destinasi wisata di Bogor sudah sangat tepat sebagai sarana dalam memberikan informasi seputar destinasi pariwisata yang ada di Bogor, dengan terbentuknya akun Instagram Explore Bogor yang terbentuk atas kesadaran foundernya yang memiliki motivasi ingin memperkenalkan wisata di daerahnya yang belum banyak di ketahui oleh Masyarakat luas, dengan adanya akun tersebut dapat memperluas informasi mengenai destinasi wisata tersebut sehingga ramai orang-orang berkunjung ke bogor untuk menikmati wisata-wisata yang ada, tentunya dengan adanya penyampaian informasi mengenai destinasi wisata melalui media sosial ini dapat membentuk citra destinasi destinasi pariwisata yang ada di Bogor melalui media sosial Instagram @explorebogor.

Riza Mareta, 2024

MEMBENTUK CITRA DESTINASI WISATA BOGOR MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Analisis Konten Visual Pada Akun Instagram @explorebogor)

Universitas Pendidikan Indonesia. | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

5.2 Implikasi

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan dampak yang signifikan bagi ilmu kepariwisataan khususnya pada bidang destinasi pariwisata, baik secara konteks teoritis sebagai sumbangan pemikiran dan masukan dalam segi akademis terhadap penelitian yang berkaitan dengan pembentukan citra destinasi wisata melalui media sosial instagram.

Implikasi teoritis dari penelitian ini menegaskan pentingnya pemahaman dimensi pembentukan citra pariwisata yaitu kognitif dan afektif dalam konten media sosial, khususnya melalui analisis unsur visual pada konten Instagram @explorebogor. Hal ini memberikan kontribusi signifikan terhadap pemahaman teoritis tentang komunikasi visual dalam konteks industri pariwisata. Selain itu, hasil penelitian memperkaya teori mengenai pembentukan citra destinasi dalam industri pariwisata, dengan menggunakan pemahaman kasus pada akun Instagram @explorebogor sebagai objek penelitian.

Implikasi praktis pada penelitian ini juga di harapkan dapat memberikan masukan bagi pihak Explore Bogor sebagai bahan evaluasi untuk mengetahui kelebihan serta kekurangan agar dapat dilakukan perbaikan untuk terus berkembang dalam membentuk citra destinasi pariwisata di Bogor melalui sosial media Instagram.

5.3 Rekomendasi

Pada penelitian ini masih memiliki keterbatasan dalam perjalanannya yang dapat di kembangkan pada penelitian selanjutnya. Maka dari itu, pengembangan pada penelitian di masa mendatang perlu dilakukan berdasarkan implikasi temuan dari penelitian ini, rekomendasi yang dapat penulis sarankan yaitu, bagi peneliti yang ingin melakukan penelitian dengan tema ini harus melakukan penelitian lebih dalam lagi mengenai pembentukan citra destinasi pariwisata Bogor dengan menggunakan media sosial yang lainnya seperti Tiktok yang saat ini juga merupakan aplikasi dengan jumlah penggunaanya yang cukup tinggi selain Instagram. Atau penelitian menggunakan metode kuantitatif yang meneliti mengenai pengaruh dari pembentukan citra pariwisata Bogor melalui media sosial Instagram terhadap minat berkunjung wisatawan.

Selain itu, penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat juga bagi pengelola akun Instagram Explore Bogor agar dapat mengoptimalkan dan mengembangkan lagi akun instagram

Explore Bogor serta unggahan konten mengenai pembentukan citra destinasi pariwisata di Bogor agar lebih maju lagi dan menjadi tujuan dari terbentuknya akun Instagram explore bogor ini yaitu menjadi wadah informasi mengenai destinasi wisata di Bogor agar dikenal oleh masyarakat secara lebih luas lewat unggahan konten yang di buat oleh Explore Bogor.

Bagi dinas pemerintah setempat khususnya pada bidang Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Bogor dapat serta bekerja sama dan berkontribusi kepada komunitas virtual yang turut serta mengoptimalkan media sosial sebagai sarana dalam memperkenalkan destinasi pariwisata yang ada di bogor sehingga terbentuknya sebuah citra destinasi melalui media sosial khususnya pada Instagram agar lebih dikenal secara lebih luas hingga sampai mancanegara.

Di harapkan bagi pengguna Instagram selalu aktif dan mendukung akun-akun yang mempromosikan destinasi wisata di suatu daerah agar pihak pengelola akun pun semangat untuk berbagi informasi mengenai konten-konten destinasi wisata kepada para followers sebagai referensi dalam mencari tempat destinasi wisata yang ingin di kunjungi, bentuk dukungan tersebut berupa mengikuti akun Instagram, aktif menyukai konten dan aktif memberikan komentar pada konten unggahan Instagram pengelola destinasi wisata.