

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan yang telah dipaparkan pada pembahasan sebelumnya tentang “Pengelolaan Media Sosial Instagram Desa Wisata Kembangarum Dalam Situasi Pandemi *Covid-19*”, dapat ditarik kesimpulan bahwa kondisi pembatasan sosial pandemi *covid-19* membuat pengelola Desa Wisata Kembangarum berupaya untuk tetap mempertahankan eksistensinya supaya tetap berada dalam ingatan konsumen. Salah satu cara dan upaya Desa Wisata Kembangarum untuk tetap menjaga eksistensi tersebut dengan memaksimalkan pemanfaatan pengelolaan media sosial dalam merespon kondisi pandemi *covid-19*.

Proses penyampaian informasi dan edukasi mengenai Desa Wisata Kembangarum pada masa pandemi *covid-19* melalui media sosial instagram dilakukan dengan tetap mempertimbangkan kebutuhan klien dan konsumen. Penggunaan media sosial instagram dapat meningkatkan nilai keterikatan konsumen dengan Desa Wisata Kembangarum. Instagram menyediakan fasilitas untuk mengetahui nilai keterikatan pengikut, sehingga dapat memudahkan Desa Wisata Kembangarum untuk mengetahui seberapa optimal penyampaian pesan yang disampaikan kepada pengikut instagram melalui unggahan konten Desa Wisata Kembangarum.

Pengelolaan media sosial yang dilakukan Desa Wisata Kembangarum memiliki lima tahapan, yaitu: 1) Perencanaan, dalam perencanaan ini pengelola melakukan dengan metode *people – objectives – strategy – technology (POST)*. 2) Kegiatan Media Sosial, tahapan ini pengelola Desa Wisata Kembangarum menjelaskan penanggung jawab atau admin yang mengelola akun media sosial instagram Desa Wisata Kembangarum dan kegiatan pembuatan *timeline*. 3) Strategi Media Sosial,

pengelola merancang pesan yang ingin disampaikan kepada khalayak. 4) Pelaksanaan Konten, pelaksanaan pengunggahan konten ke media sosial instagram disertai dengan pencantuman *hashtag*. Pelaksanaan konten dilakukan sesuai dengan jadwal *timeline* yang telah dirancang. 5) Pemantauan dan Evaluasi, kegiatan ini merupakan proses identifikasi dan penilaian mengenai persepsi khalayak terhadap instansi dengan menyimak semua percakapan khalayak di berbagai media sosial.

B. Saran

Pada kesempatan ini penulis mencoba memberikan saran dan harapan sebagai berikut :

1. Kurangnya personil dalam proses pengelolaan media sosial instagram, membuat Instagram tidak terlalu dimanfaatkan dengan baik. Sarannya menambahkan personil dengan mengajak dan melakukan pelatihan khususnya kepada teman – teman karang taruna yang ada di Desa Wisata Kembangarum. Sehingga Instagram dapat lebih terorganisir dan dimanfaatkan dengan semaksimal mungkin.
2. Perencanaan sebuah konten perlu adanya pemikiran untuk jangka panjang, saran khususnya harus dimaksimalkan dan dilakukan secara rutin dengan pendukung seperti foto dan *caption* yang lebih terencana. Sehingga dalam melakukan perencanaan dan pengelolaan dapat terorganisir dengan baik.
3. Pengelolaan media sosial harus adanya data dan daftar yang digunakan sebagai panduan dalam membuat sebuah konten supaya perencanaan yang dilakukan akan lebih konsisten dan efektif. Saran membuat *timeline* instagram dengan tujuan untuk mempermudah dalam manajemen konten instagram, sehingga aktivitas instagram Desa Wisata Kembangarum dapat lebih terorganisir..

4. Kurangnya koordinasi pembahasan mengenai media sosial Instagram membuat pengelola belum melakukan tahapan akhir atau evaluasi internal secara rutin. Sarannya dalam pemanfaatan Instagram perlu adanya evaluasi internal rutin, supaya dapat mengetahui apa keinginan konsumen, bagaimana pesan tersampaikan kepada konsumen juga harus diperhatikan supaya pengelola tahu apa kebutuhan konsumennya.
5. Pemilihan gambar, foto juga menjadi faktor penentu dari pesan yang ingin disampaikan, supaya tidak menimbulkan pandangan yang berbeda. Sarannya pada waktu pembuatan *timeline* visual yang ingin digunakan di jadikan dalam file tersendiri, supaya memudahkan pada saat akan melakukan pengunggahan. Pemilihan foto atau gambar tetap memperhatikan kondisi yang sedang terjadi.
6. Memasuki masa *new normal* sarannya memberikan unggahan mengenai protokol kesehatan yang disediakan Desa Wisata Kembangarum supaya konsumen yang ingin berkunjung dapat mengetahui lebih dahulu sebelum berkunjung.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Kriyanto, Rachmat. 2012, *Public Relations & Crisis Management*, Jakarta: Prenada Media Group.
- Mukarom, Dr. H. Zainal, M. Si., Laksana, Muhibudin Wijaya, S.Sos., M. Si. 2015, *Manajemen Public Relation*, Bandung: Pustaka Setia.
- Nasrullah, Rulli. 2015, *Media Sosial*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nova, Firsan. 2014, *PR WAR*, Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Ruslan, Rosandy. 2003, *Metode Penelitian Public Relations Dan Komunikasi*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Soekarya, Titien. 2011, *Peningkatan Ekonomi Kerakyatan Melalui Pengembangan Desa Wisata*, Jakarta: Kementerian Kebudayaan Dan Pariwisata
- Zed, Mestika. 2004, *Metode Penelitian Kepustakaan*, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

Jurnal

- Sujai, Mahpud. *Kajian Ekonomi & Keuangan (Strategi Pemerintah Indonesia Dalam Menarik Kunjungan Turis Mancanegara)*. 2016

Sumber Lain

- Bappeda Provisisi Yogyakarta.Jumlah Desa Wisata Daerah Istimewa Yogyakarta.http://bappeda.jogjaprov.go.id/dataku/pencarian_data/index.
- Burhan, Fahmi Ahmad. 2020. Penggunaan WhatsApp dan Instagram Melonjak 40% Selama Pandemi Corona.
<https://katadata.co.id/febrianaiskana/digital/5e9a41f84eb85/penggunaan-whatsapp-dan-instagram-melonjak-40-selama-pandemi-corona> (diakses tanggal 8 Agustus 2020)
- Dwi. 2020. Estimasi Kerugian Wisata Rp 80 Miliar.
<https://radarjogja.jawapos.com/2020/04/20/estimasi-kerugian-wisata-rp-80-miliar/> (diakses tanggal 8 Agustus 2020)
- Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. 2019. Siaran Pers : Pariwisata Diproyeksikan Jadi Penyumbang Devisa Terbesar Lima Tahun ke Depan.
<https://www.kemenparekraf.go.id/post/siaran-pers-pariwisata->

diproyeksikan-jadi-penyumbang-devisa-terbesar-lima-tahun-ke-depan.
(diakses tanggal 25 Februari 2020)

Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. 2016. Laporan Akuntabilitas Kinerja Kementerian Pariwisata Tahun 2016. <https://www.kemenparekraf.go.id/post/laporan-akuntabilitas-kinerja-kementerian-pariwisata-tahun-2016> (diakses tanggal 25 Februari 2020)

Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. 2018. Laporan Akuntabilitas Kinerja Kementerian Pariwisata Tahun 2018. <https://www.kemenparekraf.go.id/post/laporan-akuntabilitas-kementerian-pariwisata-lakip-tahun-2018> (diakses tanggal 25 Februari 2020)

Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara Dan Birokrasi Republik Indonesia. 2012. Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintahan. https://jdih.menpan.go.id/data_puu/PERMENPANRB%20NO%2083%20TAHUN%202012.pdf (diakses tanggal 30 Agustus 2020)

Petriella.Yanita. 2019. 2019, Indonesia Ditargetkan Punya 2.000 Desa Wisata. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190715/12/1124347/2019-indonesia-ditargetkan-punya-2.000-desa-wisata>. (diakses pada 31 Maret 2020)

Setiawan, Feri Agus. 2020. Pemerintah Gelontorkan Rp5 T untuk Pembangunan Bali Baru. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20200206102625-532-472171/pemerintah-gelontorkan-rp5-t-untuk-pembangunan-bali-baru> (diakses tanggal 31 Maret 2020)