

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan sajian data dan pembahasan yang telah peneliti paparkan pada BAB III, maka peneliti dapat menarik kesimpulan mengenai Promosi yang dilakukan oleh Bukit Wisata Pule Payung bertumpu pada media online sebagai sarana untuk menarik minat pengunjung dan membujuk pengguna melalui sosial media agar berkunjung ke Bukit Wisata Pule Payung.

Dalam promosi online yang dilakukan Bukit Wisata Pule Payung melalui media sosial instagram pengelola memanfaatkan fitur – fitur yang ada di instagram yang dapat memudahkan pengguna instagram untuk menemukan Bukit Wisata Pule Payung seperti *hashtag*, *geolocation*, *instamizing* dll, namun akun instagram Bukit Wisata Pule Payung masih belum masuk 6 akun yang disarankan oleh instagram di kotak dialog pencarian instagram karena tidak menggunakan nama akun yang familiar dengan pariwisata seperti wisata atau pariwisata.

Untuk promosi menggunakan facebook, Bukit Wisata Pule Payung membangun facebook yang terpercaya dengan mencantumkan banyak informasi pribadi didalamnya, namun untuk sekarang ini facebook Bukit Wisata Pule Payung kurang terurus dan membuat tidak ada pesan yang ingin disampaikan secara khusus di facebook hanya postingan yang berasal dari instagram yang memenuhi akun facebook Bukit Wisata Pule Payung.

Website Bukit Wisata Pule Payung, dibangun dan dibuat menjadi website profesional dan terpercaya, website Bukit Wisata Pule Payung menggunakan domain .com yang artinya website berbayar, ditambah dengan tampilan desain web yang apik serta dicantumkan kontak yang dapat dihubungi. Website juga digunakan untuk

melakukan transaksi penjualan tiket wisata, namun banyak fitur website yang masih belum bisa dibuka yang membuat website tersebut kurang maksimal.

Dalam pemasaran pariwisata, pariwisata alam pada khususnya strategi promosi yang dilakukan Bukit Wisata Pule Payung Kulon Progo dengan memanfaatkan media sosial bisa menjadi trobosan untuk destinasi wisata lain dalam untuk melakukan promosi dan menjadikan destinasi wisata tersebut menjadi dikenal banyak orang.

Dengan berdirinya Bukit Wisata Pule Payung Kulon Progo, memiliki dampak yang positif terhadap perekonomian warga sekitar dengan memberikan lahan untuk penjualan produk rumahan asli warga melalui pemasaran digital, selain itu juga memberikan lapangan pekerjaan untuk para pemuda yang baru lulus sekolah.

Begitu besarnya peran media digital dalam berdirinya Bukit Wisata Pule Payung Kulon Progo terutama di sektor pemasaran, menjadikan Bukit Wisata Pule Payung Kulon Progo ditunjuk oleh Kabupaten Kulon Progo sebagai perwakilan pariwisata alam berbasis digital di program *Smart City* Kulon Progo.

B. Saran

Setelah melakukan penelitian terkait Promosi online yang dilakukan oleh Bukit Wisata Pule Payung peneliti dapat memberikan saran atau masukan atas hasil yang diperoleh peneliti setelah melakukan penelitian. Selanjutnya dapat dijadikan bahan pertimbangan dan evaluasi bagi pihak yang terkait, saran atau masukan adalah sebagai berikut:

1. Segera diperbaiki fitur – fitur di website yang masih belum bisa dibuka, agar tidak kelihatan seperti website yang profesional.

2. Memberikan pesan yang spesifik di facebook, untuk menyapa pengunjung di facebook, tidak hanya mengandalkan postingan dari instagram yang otomatis masuk ke facebook.
3. Menaruh kata Wisata di awal nama akun instagram Bukit Wisata Pule Payung agar masuk dalam 6 akun yang disarankan di kotak dialog pencarian instagram.
4. Menambah sumber daya manusia dalam pengelolaan media promosi, agar semua media promosi online tidak ada yang tidak terurus.