

BAB VI PENUTUP

6.1 KESIMPULAN

Media sosial merupakan salah satu alat promosi bisnis efektif yang dapat dengan mudah diterapkan oleh siapa saja sehingga membuat upaya promosi menjadi lebih fleksibel. Di era digital, media sosial telah menjadi sumber informasi penting bagi para pelaku bisnis, khususnya yang bergerak di industri pariwisata. TikTok dan Instagram merupakan platform media sosial populer untuk berbagi informasi tentang pariwisata.

Untuk memahami strategi media sosial yang digunakan Jambi Paradise untuk mempromosikan pariwisata, peneliti melakukan survei terhadap preferensi responden. Studi tersebut menemukan bahwa platform media sosial seperti Instagram dan TikTok efektif untuk pemasaran, mendapatkan informasi, peningkatan pariwisata, dan promosi pariwisata.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa media sosial memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap keputusan wisatawan dalam memilih destinasi. Melalui visual yang menarik, rekomendasi dari pengguna lain, dan kemampuan untuk menyebarkan informasi secara luas dan cepat, media sosial telah mengubah cara orang merencanakan dan memilih destinasi wisata. Oleh karena itu, penting bagi para pelaku industri pariwisata untuk memanfaatkan media sosial secara strategis untuk menarik lebih banyak wisatawan dan meningkatkan kunjungan ke destinasi mereka..

6.2 SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka saran yang peneliti ajukan adalah sebagai berikut;

1. Bagi Jambi Paradise, diharapkan untuk lebih meningkatkan dalam membagikan foto dan video berkualitas tinggi yang menampilkan keindahan tempat wisata, menggunakan fitur seperti Instagram *Stories*, atau Tiktok untuk berbagi cerita menarik tentang tempat wisata dengan menggunakan hastag yang populer ataupun lokal untuk

meningkatkan visibilitas serta adakan kuis ataupun polling untuk melibatkan audiens dalam meningkatkan interaksi. Jambi Paradise juga diharapkan lebih update dalam memproduksi konten dengan waktu yang lebih konsisten, dan Jambi Paradise juga bisa memanfaatkan fitur live streaming baik di Insatgram maupun Tiktok untuk menampilkan tur virtual yang sedang berlangsung di tempat wisata agar lebih menarik perhatian wisatawan untuk berkunjung.

2. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, direkomendasikan untuk meneruskan atau mengembangkan penelitian ini dengan mencari faktor lain yang memiliki peran dalam meningkatkan minat dan keputusan berkunjung wisatawan selain media sosial.