

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai “Pemanfaatan Media Sosial *Instagram* Sebagai Strategi Promosi Destinasi Wisata Gua Sunyaragi di Cirebon” dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pemanfaatan media sosial *Instagram* sebagai strategi promosi destinasi wisata Gua Sunyaragi berperan penting dalam penyebaran informasi, pembangunan citra, serta penguatan hubungan dengan pengunjung. *Instagram* digunakan bukan sekadar untuk mengejar target pasar, melainkan sebagai media informasi, edukasi, dan komunikasi yang mendukung keterhubungan emosional dengan wisatawan. Melalui konten berkualitas, terutama testimoni dan *user-generated content*, promosi menjadi lebih kredibel dan menarik, sementara interaksi dua arah yang terjalin memperkuat *engagement* serta memengaruhi keputusan berkunjung. Dengan demikian, strategi promosi Gua Sunyaragi melalui *Instagram* terbukti efektif, sederhana, namun relevan dalam meningkatkan visibilitas dan daya tarik destinasi.
2. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi peningkatan promosi media sosial *Instagram* destinasi wisata Gua Sunyaragi di Cirebon terdiri atas faktor pendorong dan penghambat. Faktor pendorong meliputi kesadaran pengelola terhadap pentingnya transformasi digital, komitmen dalam menciptakan konten kreatif dan informatif, serta partisipasi aktif pengunjung melalui unggahan konten yang memperkuat citra destinasi. Sementara itu, faktor penghambat meliputi keterbatasan sumber daya manusia, minimnya anggaran promosi, kurangnya koordinasi internal, dan rendahnya keterlibatan masyarakat dalam promosi organik di media sosial. Dengan demikian, efektivitas promosi Gua Sunyaragi melalui *Instagram* sangat bergantung pada keseimbangan antara kemampuan pengelola dalam mengelola konten dan dukungan publik dalam membangun interaksi digital yang berkelanjutan.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pemanfaatan media sosial *Instagram* sebagai strategi promosi destinasi wisata Gua Sunyaragi serta faktor-faktor yang memengaruhi peningkatannya, penulis merasa perlu memberikan beberapa saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan baik bagi pengelola maupun peneliti selanjutnya. Saran ini diharapkan mampu menjadi masukan konstruktif guna meningkatkan efektivitas promosi, pengelolaan destinasi, serta pengembangan penelitian di bidang pariwisata digital.

1. Bagi pengelola Gua Sunyaragi, peningkatan efektivitas promosi melalui optimalisasi sumber daya manusia dan penguatan manajemen media sosial. Pengelola perlu membentuk tim khusus yang fokus mengelola konten digital secara konsisten, baik dalam bentuk foto, video, maupun testimoni pengunjung, agar algoritma *Instagram* tetap aktif dan jangkauan promosi semakin luas. Selain itu, penting untuk menambah alokasi anggaran promosi guna memperbaiki kualitas dokumentasi serta menjalin kolaborasi dengan influencer lokal atau komunitas pariwisata agar visibilitas destinasi meningkat. Pengelola juga disarankan lebih mendorong partisipasi pengunjung melalui kampanye interaktif, seperti lomba foto atau konten review, sehingga promosi organik dapat tumbuh secara berkelanjutan dan memperkuat citra Gua Sunyaragi sebagai destinasi wisata sejarah yang menarik dan relevan di era digital.
2. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas objek penelitian pada destinasi wisata lain di Cirebon atau daerah lain, sehingga dapat diperoleh perbandingan strategi promosi media sosial antar destinasi. Selain itu, peneliti juga dapat menambahkan variabel lain, seperti pengaruh *influencer*, *algoritma* media sosial, atau peran platform digital selain *Instagram*, sehingga penelitian menjadi lebih komprehensif dalam menjelaskan strategi pemasaran pariwisata di era digital.