

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian mengenai Efektivitas Penggunaan Media Sosial *Instagram* @letsgo_belitungtourism sebagai Sarana Promosi Wisata di Kabupaten Belitung, diketahui bahwa kegiatan promosi berupa unggah foto atau video di *feed instagram* dan aktif dalam pembuatan *instagram story*. Kegiatan tersebut bertujuan untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat terkait potensi pariwisata dan produk ekonomi kreatif Kabupaten Belitung serta menyampaikan isu-isu pariwisata yang sedang berkembang di masyarakat.

Kemudian mengenai efektivitas penggunaan media sosial *instagram* @letsgo_belitung sebagai sarana promosi wisata di Kabupaten Belitung maka dapat disimpulkan bahwa promosi melalui *instagram* dapat dikatakan efektif. Berdasarkan pengukuran dengan menggunakan model pemasaran *attention, interest, desire* dan *action* (AIDA) yang memperlihatkan bahwa promosi yang dilakukan berhasil dalam menimbulkan ketertarikan *follower* untuk mencari informasi lebih jauh mengenai wisata yang ada di Belitung, menimbulkan keinginan untuk berkunjung ke Belitung serta mewujudkan keinginan mereka untuk berkunjung ke Belitung.

B. Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian mengenai efektivitas penggunaan media sosial *instagram* @letsgo_belitungtourism sebagai sarana promosi wisata di Kabupaten Belitung, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Admin akun *instagram* @letsgo_belitungtourism perlu untuk memaksimalkan penggunaan *fitur-fitur* menjadi lebih beragam dan mampu menarik minat *followers* seperti pembuatan video reels atau igtv yang memuat *storynomics* tentang destinasi yang ada di Kabupaten Belitung.
2. Terkait hasil dari kuesioner yang menunjukkan banyaknya respon negatif pada indikator *attention* maka Dinas Pariwisata Kabupaten Belitung dalam kegiatan promosi menggunakan *instagram* perlu untuk memperhatikan konten visual yang ditampilkan dalam akun *instagram* @letsgo_belitungtourism seperti penggunaan warna yang konsisten untuk penguatan *branding* serta terciptanya konten yang menarik perhatian *follower*.
3. Admin dari akun *instagram* @letsgo_belitungtourism juga merupakan staf dari Dinas Pariwisata Kabupaten Belitung. Hal itu menyebabkan kurangnya waktu untuk *me-manage* akun @letsgo_belitungtourism. Maka dari itu perlu pembentukan satu tim kreatif atau memberikan tanggung jawab kepada pihak lain untuk mengatur semua media sosial dari Dinas Pariwisata Kabupaten Belitung

DAFTAR PUSTAKA

- Afitasari, A. (2021). Analisis Penerapan Sistem Manajemen Keselamatan Pengunjung dan Penerapan CHSE di Destinasi Taman Bambu Air Waduk Sermo Yogyakarta. Skripsi S1 Pariwisata STP AMPTA Yogyakarta.
- Antopani, D. (2015). Fotografi, Pariwisata, dan Media Aktualisasi Diri. *Jurnal Rekam*. 11(1).
- Aprilia, N. (2016). Instagram Sebagai Ajang Eksistensi Diri Studi Fenomenologi Mengenai Pengguna Instagram Sebagai Ajang Eksistensi Diri Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Unpas (*Doctoral dissertation, Perpustakaan*).
- Ardianti, F., & Lubis, D. P. (2020). Efektivitas *Instagram* Sebagai Media Promosi Desa Wisata Malasari, Kecamatan Nanggung, Kabupaten Bogor *The Effectiveness of Instagram as a Promotion Media of Malasari Tourism Village, Nanggung, Bogor District. Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 4(6), 796-809.
- Bambang, D. A. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Bappeda. (2019). Buku Saku Rancangan Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kabupaten Belitung 2018-2023. Tersedia di <https://bappeda.belitung.go.id/>. Diakses pada tanggal 23 Januari 2023.
- Belisa, N. (2018). Pengaruh *Sales Promotion Voucher* Diskon Melalui Media Sosial *Instagram @brosisdeal* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di *Merchant* Lokal Pekanbaru. *JOM FISIP*, 5(1).
- Chaffey, D, C, F. (2009). *Internet Marketing: Strategy, Implementation, and Practice*. United States: PrenticeHall.
- Creswell, J.W. (2010). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta : PT Pustaka Pelajar.
- Devi, L. K. I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada *Marketplace* Shopee (studi kasus pada mahasiswa di Surabaya) (*Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya*).

- Duan, R. R., Kalangi, J. A., & Walangitan, O. F. (2019). Pengaruh Strategi Promosi terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Mio pada PT. *Hasjrat Abadi Tobelo. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 9(1), 128-136.
- Dukcapil. (2022). Dukcapil Kemendagri Rilis Data Penduduk Semester I Tahun 2022, Naik 0,54% Dalam Waktu 6 Bulan. Tersedia di <https://dukcapil.kemendagri.go.id/berita/baca/1396/dukcapil-kemendagri-rilis-data-penduduk-semester-i-tahun-2022-naik-054-dalam-waktu-6-bulan>. Diakses pada tanggal 14 Desember 2022.
- Durianto., Darmadi., Sugiarto., & Widjaja, A. (2003). *Inovasi Pasar Dengan Iklan Yang Efektif*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Hasan Ali. (2015). *Tourism Marketing*. CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Heidrick & Struggles. (2009). *The Adoption of Digital Marketing in Financial Services Under Crisis*.
- Hendriyani, I., G. (2022). Siaran pers: Strategi Kemenparekraf Promosikan Sektor Parekraf Indonesia di Pasar Lokal dan Global. Tersedia di <https://kemenparekraf.go.id/berita/siaran-pers-strategi-kemenparekraf-promosikan-sektor-parekraf-indonesia-di-pasar-lokal-dan-global>. Diakses Pada Tanggal 14 Desember 2022.
- Hermawan, H., Anwari, H., Nugroho, D.S., Hendrajaya, A.M.P., Chandrawati, N.A, & Girsang, P.T.B. (2023). Pengembangan Produk Pemasaran Desa Wisata Digital: Program Insentif Pengabdian Masyarakat Terintegrasi dengan Merdeka Belajar Kampus Merdeka Berbasis Kinerja Indikator Kinerja Utama bagi Perguruan Tinggi Swasta Tahun 2022. *Jurnal Abdimas Pariwisata (JAP)*, 4(1), 46-61. Tersedia di <https://jurnal.ampta.ac.id/index.php/JAP>. diakses pada tanggal 2 Februari 2023.
- Kleindl, B.A. & Burrow, J.L. (2005). *E-Commerce Marketing*. United States of America: South Western.
- Kotler, P. Keller, K. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 12. Jakarta: Pt. Indeks.
- Kurniawan, A. (2005). *Transformasi Pelayanan Publik*. Yogyakarta : Penerbit Pembaharuan.
- Masruri. (2014). *Analisis Efektivitas Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat Mandiri Perkotaan*. Padang: Akademia Permata.

- Nugroho, T., A dan Azzahra, F., A. (2022). Pemanfaatan *Instagram* Sebagai Media Promosi *Social Commerce* Usaha BRO.DO. *Jurnal Pustaka Komunikasi*. 5(1). 136-149.
- Nafis, A. G. R., (2017). Efektivitas Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pada Produk Jilbab Afra. Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang.
- Outlook Pariwisata & Ekonomi Kreatif Indonesia 2020/2021. Tersedia di <https://tasranselparekraf.id/outlook-pariwisata-and-ekonomi-kreatif-indonesia-2021-2022/show>. diakses pada tanggal 14 Desember 2022.
- PramborsFM. (2022). Daftar Negara Pengguna Instagram Terbanyak di Dunia, Indonesia Posisi Berapa. Tersedia di <https://www.pramborsfm.com/lifestyle/daftar-negara-pengguna-instagram-terbanyak-indonesia-posisi-berapa/all>, diakses pada tanggal 15 Desember 2022.
- Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Sosial Media*. Jakarta: PT. alex Komputindo.
- Purwana, D., Rahmi., & Aditya,s. (2017). Pemanfaatan *Digital Marketing* Usaha Mikro Kecil dan Menengah UMKM Duren Sawit, *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani*, 1(1).
- Putri, N. E., Silfeni, S., & Ferdian, F. (2018). Strategi Promosi Melalui Media Periklanan Desa Wisata Kubu Gadang Kota Padang Panjang. *Jurnal Pendidikan Dan Keluarga*, 9(2), 113-121.
- Rachmadi,H. (2016). Model Pengambilan Keputusan Berwisata. *Jurnal Media Wisata*, 14(2), 396-414.
- Rahayu, D.B.S, & Khusna, I.H. (2021). *Instagram* dan Perubahan Aktivitas Berwisata Masyarakat Banyumas. *Jurnalisa*, 7(1), 106-115.
- Risdiyanto, D., A. (2022). Penggunaan *Instagram* Sebagai Media Promosi Objek Wisata Telaga Madirda. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Rusata, T. (2019). Aktivitas Promosi Pariwisata di Media Sosial Studi Kasus Kabupaten Belitung. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 4(2), 277-292.
- Sandrina, K. (2022). Pemanfaatan Sosial Media *Instagram* Sebagai Sarana Promosi Desa Wisata Kreatif Terong Belitung. Skripsi S1 Pariwisata STP AMPTA Yogyakarta.

- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Siagian, S, P. (2008). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sudarma, K. (2014). *Fotografi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Wahyudin, A., Kristiadi, D., Utomo, A.S., Marwati, A., & Gulang, R.A. (2021). Pemanfaatan Multimedia Dalam Pengembangan dan Promosi Potensi Desa Wisata Adiluhur Kebumen. *Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 154-162.
- Wahyuni,S. (2019). Pengaruh Konten *Instagram @smrfoodies* Terhadap Minat Beli *Followers*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 154-166.
- Yanwardhana, E. (2021). Sandi Uno: Bali Penyumbang Devisa Negara Terbesar di Pariwisata RI. Tersedia di <https://www.cnbcindonesia.com/news/20211222193439-4-301297/sandi-uno-bali-penyumbang-devisa-terbesar-di-pariwisata-ri>, diakses pada tanggal 16 Desember 2022.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Pengantar Penelitian



YAYASAN PENDIDIKAN KARYA SEJAHTERA
**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA**

Jl. Laksda Adisucipto Km 6 (Tempel, Caturtunggal, Depok, Sleman) Yogyakarta 55281
Telp / fax : (0274) 485115 - 489514 Website : www.ampta.ac.id Email : info@ampta.ac.id, ampta@yahoo.co.id

Nomor : 119/Q.AMPTA/I/2023
Lampiran : 1 bendel
Hal : Permohonan Penelitian

24 Januari 2023

Yth. Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Belitung
Jalan Depati Gegedek No. 17, Pangkal Lalang, Kecamatan Tanjung Pandan
Kabupaten Belitung

Dengan Hormat,

Dengan ini kami mengajukan permohonan untuk melaksanakan penelitian di Dinas Pariwisata Kabupaten Belitung selama 1 bulan terhitung mulai tanggal 01 Februari 2023 sampai dengan tanggal 28 Februari 2023, bagi mahasiswa/i kami dari Jurusan Pariwisata :

Nama Mahasiswa : Parental Arieskan
No. Induk Mahasiswa : 519101205
Semester : IX

Besar harapan kami bahwa Bapak/Ibu berkenan memberikan izin pada mahasiswa kami untuk melaksanakan penelitian, sehingga dapat menyusun skripsi yang berjudul :

Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram @letsgo_belitungtourism sebagai Sarana Promosi Wisata di Kabupaten Belitung (proposal penelitian terlampir).

Atas kerjasama dan bantuan Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih.


Drs. Prihatno, M.M.

(Sumber : Dokumen Pribadi)

Lampiran 2. Surat Izin Penelitian



PEMERINTAH KABUPATEN BELITUNG DINAS PARIWISATA

Alamat : Jl Depati Geddek No.17 Tanjungpandan – Belitung Telp/Fax.0719-21398/21035
E-mail : disparekrif.belitung@gmail.com Website : <http://disbudpar.belitungkab.go.id>

Nomor : 556/Cy0 /DISPAR/2023
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : Jawaban Permohonan Izin Penelitian

Tanjungpandan, 31 Januari 2023

Kepada Yth,
Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata
AMPTA Yogyakarta

Di-
Yogyakarta

Sehubungan dengan surat dari Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta Nomor : 119/Q.AMPTA/I/2023 Tanggal 24 Januari 2023 Perihal Permohonan Penelitian.

Berkaitan dengan hal tersebut, pada prinsipnya kami menerima dan memberikan izin untuk mengadakan penelitian serta memberikan data dan informasi yang diperlukan dalam rangka memenuhi persyaratan penulisan skripsi sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Untuk pelaksanaan penelitian di Dinas Pariwisata Kabupaten Belitung supaya yang bersangkutan dapat mengikuti tata tertib dan ketentuan yang berlaku di Dinas Pariwisata Kabupaten Belitung. Izin untuk mengadakan penelitian tersebut atas nama:

Nama : Parental Arieskan
NIM : 519101205

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Kepala Dinas Pariwisata
Kabupaten Belitung



NIP. 19690304 199803 2 004

Lampiran 3. Kuesioner



Efektivitas Penggunaan Media Sosial *Instagram* @letsgo_belitungtourism Sebagai Sarana Promosi Wisata di Kabupaten Belitung

Perkenalkan nama saya Parental Arieskan. Saya adalah mahasiswa pariwisata dari STP Ampta Yogyakarta yang sedang melakukan penelitian tentang "Efektivitas Penggunaan Media Sosial *Instagram* @Letsgo_Belitungtourism Sebagai Sarana Promosi Wisata Di Kabupaten Belitung".

Data dan informasi yang Bapak/Ibu berikan merupakan hal yang sangat berharga, oleh karena itu partisipasi dan kesediaan Bapak/Ibu dalam menjawab kuesioner ini sangat saya hargai. Data dan informasi yang Bapak/Ibu berikan akan saya jamin kerahasiaan dan semata-mata digunakan untuk kegiatan ilmiah.

Akhir kata, saya ucapkan terima kasih kepada responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner ini.

 parieskan01@gmail.com (tidak dibagikan) [Ganti akun](#) 

* Wajib

(Sumber : Dokumen Pribadi)

Nama Lengkap *

Jawaban Anda _____

Jenis Kelamin *

Pria

Wanita

Tingkat Pendidikan *

SMP

SMA

D3

S1

Yang lain: _____

Pekerjaan *

Pelajar

Mahasiswa/i

Ibu Rumah Tangga

Pegawai Negeri

Pegawai Swasta

Yang lain: _____

Berikutnya



Halaman 1 dari 5

Kosongkan formulir

(Sumber : Dokumen Pribadi)

Indikator *Attention* (Perhatian)

Petunjuk Pengisian Kuesioner

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Setuju

4 = Sangat Setuju

Promosi yang dilakukan berupa konten atau video di akun *instagram* *
@letgo_belitungtourism sangat menarik perhatian

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Unggahan berupa foto mengenai event-event memiliki desain yang menarik perhatian anda

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

(Sumber : Dokumen Pribadi)

Indikator *Interest* (Ketertarikan)

Petunjuk Pengisian Kuesioner

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Setuju

4 = Sangat Setuju

Tertarik untuk membaca mengenai wisata yang ada di Belitung melalui link *
yang tersedia di bio akun *instagram* @letsgo_belitungtourism

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju

Akun *instagram* @letsgo_belitungtourism sangat menarik untuk ditelusuri *feed* *
instagramnya

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju

Aktivitas *instagram story* @letsgo_belitungtourism sangat menarik untuk *
dilihat

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju

Kembali

Berikutnya

Halaman 3 dari 5

(Sumber : Dokumen Pribadi)

gamingnya dan juga bisa memberikan feedback yang komprehensif

Indikator *Desire* (Keinginan)

Petunjuk Pengisian Kuesioner
 1 = Sangat Tidak Setuju
 2 = Tidak Setuju
 3 = Setuju
 4 = Sangat Setuju

Memiliki rasa ingin berkunjung setelah melihat postingan *instagram* @letsgo_belitungtourism *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Informasi-informasi yang diunggah melalui akun *instagram* @letsgo_belitungtourism secara lengkap, mampu membangkitkan keinginan anda untuk berkunjung *


1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Tempat wisata di Kabupaten Belitung merupakan wisata unggulan sehingga anda berkeinginan untuk datang berkunjung *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

[Kembali](#) [Berikutnya](#)  Halaman 4 dari 5

(Sumber : Dokumen Pribadi)

Indikator Action (Tindakan)

Petunjuk Pengisian Kuesioner

- 1 = Sangat Tidak Setuju
- 2 = Tidak Setuju
- 3 = Setuju
- 4 = Sangat Setuju

Promosi yang dilakukan oleh akun *instagram @letsgo_belitungtourism* mengenai promo harga tiket pesawat dan promo hotel membuat anda segera ingin berkunjung. *

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju

Keinginan untuk mengunggah foto atau video hasil kunjungan ke tempat wisata yang ada di Kabupaten Belitung *

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju

Keinginan untuk mengajak teman atau keluarga dalam mewujudkan keinginan berkunjung anda *

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju

Kembali

Kirim

Halaman 5 dari 5

Kosongkan

formulir

(Sumber : Dokumen Pribadi)

Lampiran 4. Tabulasi Data

No	Responden	<i>Attention</i>		<i>Interest</i>			<i>Desire</i>			<i>Action</i>		
		I1	I2	I1	I2	I3	I1	I2	I3	I1	I2	I3
1.	Responden 1	2	2	3	2	2	3	3	2	2	4	3
2.	Responden 2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	4
3.	Responden 3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
4.	Responden 4	3	3	3	4	4	4	3	4	2	4	3
5.	Responden 5	3	2	3	2	3	4	3	3	3	3	3
6.	Responden 6	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3
7.	Responden 7	3	3	3	2	2	2	2	4	2	2	3
8.	Responden 8	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
9.	Responden 9	1	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
10.	Responden 10	2	2	4	4	4	4	4	4	3	3	3
11.	Responden 11	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3
12.	Responden 12	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3
13.	Responden 13	2	2	4	4	3	2	2	2	2	4	3
14.	Responden 14	2	2	4	2	3	2	3	2	4	4	4
15.	Responden 15	1	3	4	1	1	1	1	1	4	4	4
16.	Responden 16	3	3	3	3	3	4	3	4	2	4	4
17.	Responden 17	1	2	3	1	4	2	3	3	4	3	4
18.	Responden 18	4	2	4	3	2	4	4	4	3	4	3
19.	Responden 19	4	4	2	2	1	3	3	3	4	4	4
20.	Responden 20	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	3
21.	Responden 21	3	4	4	4	2	3	2	4	4	4	4
22.	Responden 22	4	2	3	1	1	2	1	1	2	2	2
23.	Responden 23	2	2	3	2	2	2	2	2	3	4	2
24.	Responden 24	4	4	3	3	3	3	2	2	3	3	3
25.	Responden 25	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3
26.	Responden 26	3	2	4	2	2	2	2	3	2	3	3
27.	Responden 27	2	1	4	1	3	2	2	2	4	4	3
28.	Responden 28	4	2	3	2	3	2	2	3	4	3	3
29.	Responden 29	2	1	4	2	2	2	4	2	4	4	3
30.	Responden 30	2	1	4	1	2	2	2	3	3	4	3
31.	Responden 31	2	1	4	2	3	2	2	2	4	4	3
32.	Responden 32	2	1	4	2	3	2	2	3	4	4	3
33.	Responden 33	2	1	4	2	3	2	2	2	4	4	4
34.	Responden 34	2	2	4	2	2	2	3	2	4	2	2
35.	Responden 35	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2
36.	Responden 36	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
37.	Responden 37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
38.	Responden 38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
39.	Responden 39	1	4	4	1	4	1	3	3	4	4	3
40.	Responden 40	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
41.	Responden 41	1	1	3	2	3	2	1	3	3	3	4

42.	Responden 42	2	1	4	2	3	2	1	3	3	3	4
343.	Responden 43	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	4
44.	Responden 44	2	1	4	2	3	2	2	2	4	4	3
45.	Responden 45	1	1	3	1	2	2	3	2	3	4	3
46.	Responden 46	1	2	4	2	3	3	3	2	4	4	4
47.	Responden 47	2	1	4	4	4	2	2	2	4	4	3
48.	Responden 48	2	1	4	2	4	2	2	4	4	4	3
49.	Responden 49	1	1	3	2	3	2	3	2	3	4	4
50.	Responden 50	2	2	3	1	2	2	2	3	4	3	3

(Sumber : Data Pribadi)

Lampiran 5. Transkrip Wawancara

“Efektivitas Penggunaan Media Sosial *Instagram* @letsgo_belitungtourism sebagai Sarana Promosi Wisata di Kabupaten Belitung”

a. Hasil wawancara dengan KABID Pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Belitung

Nama : Adi Pebfriatna

Umur : 49 Tahun

Jabatan : KABID Kelembagaan dan Industri Pariwisata Plt.
KABID Pemasaran Pariwisata

Tanggal : 26 Januari 2023

1) Menurut anda, seberapa penting promosi pariwisata melalui *digital marketing*?

Jawab : Promosi wisata melalui *digital marketing* jelas sangat penting dan efektif, mengingat pengguna sosmed di dunia saat ini yang luar biasa, juga dengan sosmed daya jangkauan untuk mencapai banyak orang atau calon wisatawan jadi lebih cepat dan luas.

2) Mengapa memilih menggunakan *instagram* dari sekian banyak media sosial yang ada?

Jawab : Sebenarnya Dispar telah banyak menggunakan sosmed seperti *facebook*, *youtube* dan *website*. Untuk *instagram* itu karena merupakan sosmed yang penggunanya terbanyak dan hampir seluruh lapisan generasi menggunakannya. Kemudian *fitur* ig ini sangat cocok untuk promosi, dengan ig kita bisa memantau *insight* dari jangkauan promosi

serta penggunaan *hashtag* di ig lebih dapat dilihat pencapaian dari promosi yang dijalankan.

3) Sejauh ini bagaimana pengaruh dari promosi melalui *instagram* tersebut?

Jawab : Setiap promosi lewat media apapun pasti terdapat dampak atau pengaruhnya. sejauh ini ya bisa dibilang cukup berpengaruh, namun karena selama ini ig ini tidak di push dengan anggaran atau dana misalnya untuk promosi berbayar, jadi kesannya pengaruh tersebut murni atas dasar suka dan tidak suka dari *followers*-nya.

4) Dalam kegiatan promosi, apakah ada pedoman dalam kegiatan tersebut?

Jawab : Pedoman tentu ada, karena memang ada postingan standar dan juga pengaturan beberapa *hashtag* yang harus ada di setiap postingan.

5) Dalam rangka melihat hasil dari promosi, apakah diadakan evaluasi dalam kegiatan promosi tersebut?

Jawab : Untuk evaluasi biasanya kita adakan setiap bulan satu kali. Evaluasinya sendiri itu untuk melihat apakah ada kekurangan dalam materi kontennya, *caption* atau narasi, pengambilan foto atau video serta waktu postingannya.

6) Apa harapan kedepan dalam promosi melalui *instagram* ini?

Jawab : Kedepannya ig ini akan dibuatkan satu tim kreatif yang *handle* dan *maintenance* semua sosmed dari Dispar ini.

b. Hasil wawancara dengan admin akun @letsgo_belitungtourism

Nama : Oki Almeyda

Umur : 23 Tahun

Jenis Kelamin : Laki-laki

Jabatan : Penyuluh wisata

Tanggal : 26 Januari 2023

1) Apakah jumlah pengikut dari akun *instagram* @letsgo_belitungtourism mengalami kenaikan di setiap harinya?

Jawab : alo untuk *followers* dilihat dari *insight*-nya, itu sebulan terakhir ada peningkatan sebanyak 22 *followers*, jadi bisa dianggap setiap minggu itu *followers* bertambah sebanyak 5 *followers*.

2) Bagaimana anda memaksimalkan penggunaan dari *fitur-fitur* yang ada di *instagram* untuk promosi?

Jawab : Kalo dari promosinya, kami telah berusaha semaksimal mungkin untuk memanfaatkan semua *fitur-fitur* yang ada di *instagram*, mengapa demikian karena promosi yang kami lakukan lewat *instagram* ini bisa dibilang tidak menggunakan dana sama sekali jadi hanya memanfaatkan *fitur* yang ada agar promosinya maksimal.

3) *Fitur* apa yang paling berguna dalam *instagram*?

Jawab : Pertama adalah *fitur* edit langsung kalo mau bikin *insta story*, kedua itu adalah *fitur* untuk cek *insight* di setiap postingan jadi kita bisa liat sejauh mana *engagement* dari postingan kita dan bisa dijadikan bahan analisis konten mana yang relatif lebih banyak menarik interaksi.

4) Apakah ada pedoman untuk konten yang disajikan dalam akun *instagram* @letsgo_belitungtourism?

Jawab : Untuk pedoman itu palingan cumin kayak *hashtag* nya harus gimana sama *caption*-nya aja sih, kalo untuk penggunaan warna itu memang belum ada ketentuan mau seperti apa.

5) Adakah kendala yang anda rasakan dalam kegiatan promosi melalui *instagram*?

Jawab : Kalo kendalanya dari menggunakan *instagram* sih tidak ada, paling kita kekurangan waktu untuk *me-manage* akunnya, karena kan kita juga staf di Dispar ada kerjaan lain juga. Juga palingan kalo untuk desainnya kita agak kesusahan karena kita kan pake *canva* dan itu belum *canva* yang pro.

6) Untuk promosi, kegiatan apa saja yang anda lakukan?

Jawab : Sejauh ini kita baru memanfaatkan promosi seperti posting foto atau video dan *instagram story* aja, posting foto dan video itu adalah agar akun *instagram* ini selalu update sehingga memberikan kesan bahwa akun *instagram* ini aktif, kemudian ujung dari kegiatan posting foto dan video itu adalah untuk promosi dan penyampaian informasi ke masyarakat dan yang lainnya masih belum tersentuh tapi untuk *reels* kita juga udah pernah coba namun belum terlalu maksimal.

c. Hasil Wawancara dengan *Follower* akun *instagram*

@letsgo_belitungtourism

Nama : Septian Arianto

Umur : 26 Tahun

Jenis Kelamin : Laki-laki

Pekerjaan : *Social Media Manager*

Tanggal : 28 Januari 2023

1) Menurut anda, apakah konten yang disajikan dalam akun *instagram*

@letsgo_belitungtourism ini sangat menarik dari segi desainnya?

Jawab : Kontennya kalo dari segi desainnya ga menarik sama sekali ya bisa dilihat warnanya gak konsisten juga gak rapi gitu, keliatan banget gak ada *postplan* nya, tapi kalo dari segi informasinya lumayan oke sih. Jadi kalo emang aku wisatawan yang mau cari informasi tentang wisata di Belitung otomatis aku tetap bakal carinya di akun ini.

2) Apa tujuan dari konsistensi warna yang ditampilkan dalam postingan *instagram*?

Jawab : Ya kalo warna itu sangat penting yaa untuk nguatin *branding* gitu, dari liat warnanya orang bisa ingat gitu sama brandnya. Misalnya nih Indomaret, itu warnanya biru, putih sama kuning. Orang jadi ingat gitu oh kalo warnanya gini pasti Indomaret ni, begitu juga dengan kasus ini.

3) Menurut anda apa kegunaan dari bio akun yang ada di *instagram*?

Jawab : Kan itu buat ngasih informasi dasar dari akun ini, kemudian

biasanya untuk ngasih informasi selengkapnya jadi jelas untuk *call to action*-nya. Orang yang pengen informasi lebih lanjut tentang suatu postingan atau informasi yang kurang jelas jadi biasanya liat di bio akunnya.

4) Menurut anda, apakah *feed instagram* dari akun @letsgo_belitungtourism ini sangat menarik untuk ditelusuri?

Jawab : Jawabannya enggak ya, kembali lagi dari segi desainnya. jadi agak males, terlebih lagi postingannya banyak tentang *event-event* gitu, padahal bagusnya kalo wisata itu banyakin posting video wisata-wisata yang ada di sana gitu, apalagi sekarang udah ada *fitur reels*, itu bisa dimanfaatin banget buat akun ini agar lebih menarik dan kreatif.

5) Jika dilihat dari aktivitas *instagram story*, apakah menurut anda apakah *instagram story* @letsgo_belitungtourism ini sangat menarik untuk dilihat?

Jawab : Untuk *ig story*-nya sendiri sudah lumayan menarik ya, cuman disini mereka gak tiap hari buat *story*-nya, kalau ada pun paling cuman *repost* foto-foto dari orang aja jadi gak ada *original content*.

6) Apakah penting untuk mengunggah *instagram story* setiap hari?

Jawab: Penting dong, walaupun ini agak kurang berpengaruh dalam promosi, namun kalo kita setiap hari bikini *ig story* maka itu akan membantu untuk *maintenance followers* dari akunnya, kemudian semakin banyak *ig story* yang di up maka semakin banyak informasi yang tersebar.

7) Menurut anda, apakah postingan berupa promo-promo seperti promo hotel dan tiket pesawat itu menjadi salah satu faktor yang membuat orang menjadi lebih ingin berkunjung ke Belitung?

Jawab : Ini sangat jelas sekali, orang biasanya kalo udah ada keinginan dia pasti bakal wujudin ntah itu mahal atau nggak, apalagi ini ada promo hotel dan pesawat *double kill*, pasti makin semangat orang untuk datang ke Belitung.

8) Jika nanti anda berkunjung ke Belitung, apakah anda akan mengunggah kegiatan wisata anda?

Jawab : Sudah pasti saya bakal *update* kegiatan saya saat berwisata ke Belitung, ngapain datang jauh-jauh tapi gak dipamerin ke orang-orang.

Nama : Khofifah Azmi

Umur : 22 Tahun

Jenis Kelamin : Perempuan

**Pekerjaan : Mahasiswi Manajemen Destinasi Pariwisata STP NHI
Bandung**

Tanggal : 28 Januari 2023

1) Menurut anda, apakah konten yang disajikan dalam akun *instagram* @letsgo_belitungtourism ini sangat menarik dari segi desainnya?

Jawab : Untuk postingannya gak menarik sama sekali, apalagi zaman sekarang itu orang sukanya yang *catchy* yang menggambarkan bagaimana sih pariwisata di Belitung itu, terus juga postingannya ini terlalu banyak tulisan yang kecil dan warnanya juga banyak yang nabrak. Gara-gara hal itu aku jadi gak tertarik buat lanjut scrool ig-nya karena aku bingung feednya yang terlalu *crowded* dan bikin bingung.

2) Menurut anda konten seperti apa yang bagus ditampilkan dalam kegiatan promosi?

Jawab : Kalo menurut aku dari segi desainnya itu ga harus semua elemen dimasukkan apalagi tulisan-tulisan kecilnya. Bisa aja tulisannya dipindahkan ke *caption* atau *slide* berikutnya jadi orang bisa fokus ke pesan utamanya. Nah untuk perbandingannya bisa cek di ig Dispar Jakarta, desainnya *simple* cuma kasih foto dan tulisan sedikit di bawah, jadi *viewers* bisa nikmatin dan keliatan gak *crowded* gitu.

3) Apakah anda tertarik untuk mencari informasi lebih dalam melalui

link yang ada di bio akun @letsgo_belitungtourism?

Jawab: Pasti, karena se-*simple* itu apalagi di bionya itu link *youtube*, promosi melalui video itu kemungkinan 70% nya menarik. Aku pribadi lebih seneng buka video makanya itu jadi menarik.

4) Apakah konten dari instagram story @letsgo_belitungtourism ini menarik?

Jawab : Nggak sih, *instagram story*-nya kurang kreatif, mereka gak ada *original content*-nya mereka cuman *repost* foto atau video yang di tag ke akun mereka, terus juga gak tiap hari bikin *story* padahal semakin banyak *story* yang dibuat jadi makin banyak juga informasi yang tersebar.

5) Apakah unggahan berupa promo-promo seperti tiket pesawat dan hotel akan berpengaruh terhadap keputusan anda untuk berkunjung ke Belitung?

Jawab: Kalo aku ga berpengaruh ya, soalnya kalo emang tujuan awalnya pengen datang ke Belitung ya pasti aku akan datang walau ga ada promo sekalipun, karena promo itu menurutku hanya faktor pendukung aja.

6) Menurut anda apakah tempat wisata yang ada di Belitung merupakan destinasi wisata unggulan?

Jawab: Kalo misalnya aku cuman berdasarkan dari postingan di *instagram*-nya sih aku belum nemu nih wisata unggulannya itu apa ntah itu dari pantainya atau dari budayanya atau desa wisatanya mungkin. Jadi di dalam isi *instagram*nya itu mereka gak angkat wisata-wisatanya gitu tentang wisata unggulannya.

7) Apakah anda akan mengunggah hasil kunjungan anda saat ke Belitung?

Jawab: Ini suatu keharusan bagi aku, karena aku pribadi kalo emang pergi ke suatu tempat itu harus *share* hasil jepretan fotonya ke ig ataupun *story whatsapp*, mau pamer aja gitu ke orang-orang

Nama : Vyra Utari

Umur : 23 Tahun

Jenis Kelamin : Perempuan

**Pekerjaan : Mahasiswi Manajemen Pemasaran Pariwisata UPI
Bandung**

Tanggal : 29 Januari 2023

1) Menurut anda, apakah konten yang disajikan dalam akun *instagram* @letsgo_belitungtourism ini sangat menarik dari segi desainnya?

Jawab : Kalo menarik enggaknya itu relatif ya, cuman bagusnya itu adalah di setiap konten dari akun *instagram* ini sudah terdapat informasi mengenai sosial media serta logo dari instansi ataupun logo wisatanya, kemudian konten yang disajikan itu berupa kegiatan yang sedang terjadi saat itu juga, jadi para *audience* dapat informasi yang *up to date* dari postingan itu. Kemudian kalo kita lihat *feed instagram*-nya itu sebenarnya udah lumayan lengkap informasinya karena kalo misalnya aku mau wisata ke Belitung, terus aku tetap bakal *scroll* ig-nya buat cari informasi tentang wisata yang ada di Belitung.

2) Menurut anda konten seperti apa yang bagus ditampilkan dalam kegiatan promosi?

Jawab : Bagusnya itu diperbanyak konten-konten video dan foto yang menampilkan keindahan destinasi yang ada di Belitung berikut dengan detail penjelasan mengenai sejarah atau profil destinasi, bagaimana cara menuju ke destinasi, HTM, hal menarik yang bisa dilakukan di destinasi

tersebut.

- 3) Apakah anda tertarik untuk mencari informasi lebih dalam melalui link yang ada di bio akun @letsgo_belitungtourism?**

Jawab: Ya, karena menurut saya penjelasan yang ditampilkan pada akun ig tersebut masih kurang sehingga saya memerlukan informasi lebih detail dari link yang ada di bio.

- 4) Apakah konten dari *instagram story* @letsgo_belitungtourism ini menarik?**

Jawab : Cukup menarik menurut saya, jadi aku tuh tipikal orang yang senang kalo ada orang yang buat *story* itu yang pake vote gitu, suka ikutan ngevot, itu menariknya kalo menurutku cuman mereka itu kurang konsisten dalam buat ig storynya, seharusnya dibuat suatu *template* agar enak diliat gitu dari pengikutnya, jadi kalo menurut saya kurang menarik.

- 5) Apakah unggahan berupa promo-promo seperti tiket pesawat dan hotel akan berpengaruh terhadap keputusan anda untuk berkunjung ke Belitung?**

Jawab: Tidak berpengaruh sih, karena banyak faktor lain yang akan mempengaruhi kunjungan saya misalnya seperti waktu senggang.

- 6) Menurut anda apakah tempat wisata yang ada di Belitung merupakan destinasi wisata unggulan?**

Jawab: Menurut saya iya, karena keindahan destinasi di Belitung kebanyakan masih asri dan memiliki keunikan sendiri dan memiliki keunikan sendiri sehingga menjadi ciri khas dari destinasi wisata Belitung

yang jarang ataupun tidak dimiliki oleh daerah lain misalnya adalah Pantai Tanjung Tinggi yang memiliki bebatuan granit yang tersusun mengelilingi pantainya.

7) Apakah anda akan mengunggah hasil kunjungan anda saat ke Belitung?

Jawab: Iya, karena menurut saya sayang sekali apabila keindahan yang ada di Belitung hanya dinikmati dan disimpan untuk diri sendiri.

8) Biasanya anda kalau berwisata itu solo traveling atau bersama teman atau keluarga?

Jawab : Kebetulan saya lebih suka liburan itu rame-rame bareng temen, karena lebih seru aja gitu daripada sendirian, senggaknya berdua gitu.

Nama : Alfiyyah Zalfah Renanda

Umur : 22 Tahun

Jenis Kelamin : Perempuan

**Pekerjaan : Mahasiswi Komunikasi Pariwisata Universitas Budi
Luhut Jakarta**

Tanggal : 29 Januari 2023

1) Menurut anda, apakah konten yang disajikan dalam akun *instagram* @letsgo_belitungtourism ini sangat menarik dari segi desainnya?

Jawab : Kalo dari segi desain *event* mereka sudah terdapat informasi yang lengkap dari mulai waktu acara, tempat acara, dan informasi lain seperti penggunaan logonya. Hal itu sudah bagus untuk menyampaikan informasi ke orang, jadi gak perlu ribet lagi baca-baca yang lain, cuman kalo dari kontennya kurang menarik dan terlalu monoton, jadi mereka Cuma kayak posting aja tapi untuk tampilannya gak terlalu dipentingin.

2) Menurut anda konten seperti apa yang bagus ditampilkan dalam kegiatan promosi?

Jawab : Konten yang harus ditampilkan dalam kegiatan promosi pada *instagram* @letsgo_belitungtourism seharusnya lebih banyak menampilkan potensi-potensi wisata yang dimiliki Pulau Belitung yang dikemas secara audio dan visual berupa foto dan video yang menarik.

3) Apakah anda tertarik untuk mencari informasi lebih dalam melalui link yang ada di bio akun @letsgo_belitungtourism?

Jawab: Tentu, karena penggunaan link yang tertera di bio akun *instagram*

@letsgo_belitungtourism adalah untuk mempermudah akses informasi yang lebih detail. Dari segi pemasaran adanya link ini bisa membantu penjualan, karena wisatawan yang melihat informasi tersebut akan lebih tertarik untuk datang berkunjung melalui video ataupun audio yang ditampilkan.

4) Apakah konten dari *instagram story* @letsgo_belitungtourism ini menarik?

Jawab : Ini sudah menarik ya, ig *story* dari akun ini sudah memanfaatkan *fitur* yang ada seperti *question box* dan *vote*, itu bakalan bikin kontennya jadi lebih interaktif.

5) Apakah unggahan berupa promo-promo seperti tiket pesawat dan hotel akan berpengaruh terhadap keputusan anda untuk berkunjung ke Belitung?

Jawab: Tentu, ini menurut saya sangat menguntungkan, selain saya bisa berlibur dengan mendapatkan pemandangan yang indah saya juga bisa menghemat karena mendapatkan harga yang murah melalui promo itu.

6) Menurut anda apakah tempat wisata yang ada di Belitung merupakan destinasi wisata unggulan?

Jawab: Ya, terlebih lagi pantai yang ada di Pulau Belitung, karena tidak semua pantai memiliki batu granit di tepi pantai dan itu menjadi ciri khas pantai yang ada di Pulau Belitung.

7) Apakah anda akan mengunggah hasil kunjungan anda saat ke Belitung?

Jawab: Kebetulan kalo saya datang ke suatu tempat apalagi tempat itu bagus biasanya saya tidak akan mengekspos tempat itu karena saya beranggapan bahwa jika semakin tempat itu dikenal dan dikunjungi maka akan susah mencari ketenangan apalagi saya pribadi kalo liburan itu yang dicari adalah ketenangan. Begitu juga dengan kunjungan saya, biasanya saya datang seorang diri karena memang saya tipikal orang yang suka eksplor, dalam kunjungan wisata saya akan mencari kebebasan sendiri dengan berinteraksi dengan masyarakat lokal, apalagi Belitung yang notaben aksesibilitasnya sudah memadai, itu akan semakin memudahkan saya.

Nama : Arry Aditsya Yoga

Umur : 21 Tahun

Jenis Kelamin : Laki-laki

**Pekerjaan : Ketua Divisi Inovasi dan Pembangunan Program
Belitong Geopark Youth Community (BEGERUMUN)**

Tanggal : 30 Januari 2023

1) Menurut anda, apakah konten yang disajikan dalam akun *instagram* @letsgo_belitungtourism ini sangat menarik dari segi desainnya?

Jawab: Sejujurnya kurang menarik, karena terkait estetika dan *attractiveness* dalam akun *instagram* @letsgo_belitungtourism ini masih kurang menarik, hal itu karena informasi yang disajikan didominasi oleh poster-poster. Padahal jika dilihat dari tren pemasaran, data menunjukkan *audio visual* berbentuk orang yang menawarkan ajakan lebih efektif dan efisien.

2) Menurut anda konten seperti apa yang bagus ditampilkan dalam kegiatan promosi?

Jawab : konten yang bagus itu yang menampilkan visual yang baik dari sisi kualitas gambar atau video, lalu bersifat informatif, setiap postingan memiliki tujuan misalnya hanya untuk memperlihatkan *landscape* alam, kegiatan sosial-budaya termasuk kuliner, ritual dan atau hanya sekedar *video cinematic* yang terdapat pemandu di setiap video serta menentukan jenis huruf atau *font* yang sesuai dengan tema.

3) Apakah anda tertarik untuk mencari informasi lebih dalam melalui

link yang ada di bio akun @letsgo_belitungtourism?

Jawab: Kalo tertarik ya relatif karena untuk informasi yang lengkap mengenai seputaran wisata di Belitung tentu harus mengklik link ataupun informasi lain yang ada di bio akun mereka.

4) Apakah konten dari *instagram story* @letsgo_belitungtourism ini menarik?

Jawab : Saya rasa konten ig *story*-nya belum terlihat konsepnya seperti apa, makanya kalo dilihat itu kurang menarik, sebenarnya agar *instagram story* itu terlihat menarik perlu digunakan suatu tema dalam pembuatan ig *story*-nya agar selaras dan menarik untuk dilihat.

5) Apakah unggahan berupa promo-promo seperti tiket pesawat dan hotel akan berpengaruh terhadap keputusan anda untuk berkunjung ke Belitung?

Jawab: Khusus postingan promo-promo seperti ini cukup berpengaruh untuk membuat saya jadi ingin datang ke Belitung, karena saya rasa dengan adanya promo itu akan menghemat pengeluaran saat liburan ke Belitung. Tapi kalo saya lebih *prefer* ke promo tiket pesawat.

6) Menurut anda apakah tempat wisata yang ada di Belitung merupakan destinasi wisata unggulan?

Jawab: Menurut saya Belitung belum bisa dikategorikan sebagai wisata unggulan hal ini dikarenakan belum beragamnya destinasi di Belitung, kebanyakan wisata atraksi yang hanya wisata temporer bukan permanen, pengenalan tentang identitas tentang Pulau Belitung juga belum terlalu

kuat, belum membuat pembeda dari beberapa tempat di sekitarnya. Dengan hal ini belum teridentifikasi keautentikan Belitung sebagai tempat wisata unggulan

7) Apakah anda akan mengunggah hasil kunjungan anda saat ke Belitung dan lebih memilih melakukan kunjungan sendirian atau bersama teman atau kerabat?

Jawab: Pasti dong, semuanya akan aku *share* mulai dari kuliner, cerita rakyat atau semua tentang budaya dan *landscape* alam yang ada di Belitung. Tentu saya akan mengajak teman atau keluarga, menurut saya pribadi lebih mudah berwisata secara berkelompok karena pasti pengeluaran yang dikeluarkan juga akan lebih murah juga kunjungannya akan lebih terstruktur.

Nama : Freddy Noviandri

Umur : 23 Tahun

Jenis Kelamin : Laki-laki

Pekerjaan : Design Grafis

Tanggal : 31 Januari 2023

1) Menurut anda, apakah konten yang disajikan dalam akun *instagram* @letsgo_belitungtourism ini sangat menarik dari segi desainnya?

Jawab : Kurang menarik, kalau urusan dengan desain itu memang agak rumit karena itu harus seimbang komposisinya, kalo diliat dari ig ini terlihat ketidakseimbangan dari komposisi warna, layout dan tipografinya, kalo untuk feednya sendiri itu terlihat tidak memiliki ciri khas *style design*, sehingga tidak adanya branding yang kuat. Sebaiknya *feed instagram* dibuatkan template design, ditambahkan juga ornament design yang bisa menjadi icon agar mudah diingat atau dikenali.

2) Menurut anda konten seperti apa yang bagus ditampilkan dalam kegiatan promosi?

Jawab : Konten itu sebenarnya terserah apa aja yang penting adalah sudah dilakukan riset terlebih dahulu dengan mempelajari target audience serta mencari konten yang paling diminati atau konten yang menarik bagi target

3) Apakah anda tertarik untuk mencari informasi lebih dalam melalui link yang ada di bio akun @letsgo_belitungtourism?

Jawab: Ya tertarik, dengan menyertakan link informasi tambahan pada

bio *instagram* dapat memudahkan untuk mencari informasi lebih

- 4) Apakah konten dari *instagram story* @letsgo_belitungtourism ini menarik?**

Jawab: Kalo untuk ig storynya cukup menarik, selagi yang disampaikan lewat ig story-nya itu informasi yang berkaitan dengan pariwisata Belitung saya rasa itu *fine-fine* aja

- 5) Apakah unggahan berupa promo-promo seperti tiket pesawat dan hotel akan berpengaruh terhadap keputusan anda untuk berkunjung ke Belitung?**

Jawab: Tentu, dengan informasi promo-promo yang ada itu akan membantu saya dalam menentukan waktu untuk berkunjung ke Belitung

- 6) Menurut anda apakah tempat wisata yang ada di Belitung merupakan destinasi wisata unggulan?**

Jawab: Tentu, karena Belitung sendiri memiliki ragam destinasi wisata yang cukup banyak dengan kondisi yang terjaga

- 7) Apakah anda akan mengunggah hasil kunjungan anda saat ke Belitung dan lebih memilih melakukan kunjungan sendirian atau bersama teman atau kerabat?**

Jawab: Ya, dengan mengunggah foto atau video hasil kunjungan saya itu merupakan salah satu cara untuk saya membagikan informasi kepada orang lain, sehingga orang itu bisa tau adanya tempat wisata yang nyaman dan itu bisa mereka rasakan sendiri saat mereka berkunjung nanti.