

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti berkaitan dengan “Peran Digital *Influencer @adiputramar_* Dalam Mempromosikan Tempat Wisata di Media Sosial Instagram”, maka peneliti menarik kesimpulan.

1. Kredibilitas digital *influencer @adiputramar* dalam mempromosikan tempat wisata dapat dilihat dari dua komponen yaitu keahlian dan kepercayaan. Keahlian yang dimiliki Adi Putra terkait topik *traveler* dapat dilihat dari beliau bagian dari duta pariwisata *smiling west java*, bagian dari digital *influencer famtrip* kemenparekraf, dan konten kreator *traveler* yang sudah hampir lima tahun. Kemudian kepercayaan yang dimiliki Adi Putra yaitu kejujurannya mengemas konten dengan menampilkan keadaanya yang sebenarnya. Dan juga kepercayaan Adi Putra dilihat dari *followers*-nya yang terus bertambah dari hari-kehari.
2. Atraksi atau daya tarik Adi Putra dapat dilihat dari tiga komponen, yaitu fisik, kesamaan, dan kemampuan. Dimana fisik yang ditampilkan Adi Putra di media sosial selalu menampilkan suasana senang dan gembira. Dan dipadukan dengan fashion yang selalu terlihat mencolok pada alam terbuka. Kesamaan yang menjadi daya tarik Adi Putra adalah kesukaannya dengan traveling, dimana jejaring sosial yang dibangunnya merupakan kumpulan orang-orang yang menyukai *traveling*. Dan juga dengan daya tarik logat dan

narasi sunda yang dikemas dalam kontennya membuat kesamaan daerah atau asal. Kemudian kemampuan Adi Putra yang dikagumi oleh followernya adalah kemampuan di bidang fotografi dan videografi yang menghasilkan konten yang berkualitas.

3. Kekuasaan yang dimiliki Adi Putra adalah kekuasaan rujukan, dimana ia menjadi salah satu digital *influencer* yang banyak disukai oleh banyak orang khususnya orang yang suka traveling dan liburan. Melalui kontennya banyak sekali orang yang ingin datang ketempat tersebut, dan juga menjadikan konten Adi Putra sebagai referensi atau destinasi tempat yang para *followers* akan datangi kedepannya.

5.2 Saran

Dari penelitian yang telah peneliti lakukan, adapun saran yang dapat diberikan oleh peneliti sesuai dari hasil pengamatan selama penelitian berlangsung.

1. Digital *influencer* @adiputramar_ dalam membangun kredibilitas di media sosial dari segi kepercayaan, harus lebih lagi berinteraksi dengan para *followers*-nya entah pada kolom komentar, maupun pada cerita instagram. Untuk memberikan dan membangun kepercayaan yang lebih, serta menjaga kedekatan hubungan antara digital influencer dan *followers*-nya.
2. Sebagai digital *influencer traveller* harus menyeimbangkan konten yang memperlihatkan pemandangan saja. Buatlah juga konten-konten yang

menampilkan diri sendiri di setiap perjalanan sebagai bentuk *personal branding* dari akun @adiputramar_.

3. Dalam pembuatan konten *traveling* cobalah mencari dan mengajak *influencer* yang kontennya bukan *traveling* tapi suka dengan *traveling*. Dimana hal ini untuk menaikkan *engagement* dari akun @adiputramar_.