

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **V.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil perancangan konten sosial media Instagram Puncak Sosok yang telah penulis lakukan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Perancangan konten sosial media *Instagram* Puncak Sosok ini mengadopsi dari elemen-elemen Puncak Sosok berdasarkan pendekatan gaya desain sederhana dan ceria. Tujuan dari perancangan ini adalah mewujudkan konten Instagram Puncak Sosok yang menarik dan informatif dengan didukung penggunaan yang *easy to use*.
2. Konten sosial media Instagram Puncak Sosok yang dihasilkan terbagi dalam 4 fitur berbeda dengan rincian 9 desain pada *feed*, 4 desain pada *stories*, 1 desain pada *reels*, dan 5 kelompok *stories* yang didalamnya terdapat 11 desain *stories highlight*.
3. Karya yang dihasilkan terbagi menjadi 3 jenis karya yakni berupa *preview* akhir perancangan, *template* desain, dan Panduan. *Preview* akhir perancangan merupakan acuan dan contoh visual Instagram Puncak Sosok setelah dilakukan perancangan ulang. Sedangkan *Template Design* dan Panduan yang dihasilkan merupakan rancangan yang dapat digunakan pengelola sehingga dengan keterbatasan yang pengelola miliki tetap dapat melanjutkan perancangan tiap-tiap konten lain kedepan dengan baik menggunakan *software Canva*.

#### **V.2 Saran**

Berdasarkan perancangan ulang konten sosial media Instagram Puncak Sosok ini penulis mengharapkan Obyek Wisata Puncak Sosok mampu menjangkau audiens lebih luas daripada sebelumnya setelah adanya pemanfaatan fitur konten yang

sebelumnya belum diterapkan. Perancangan yang menarik dan informatif dengan mengadopsi dari nilai-nilai yang ada di Puncak Sosok diharapkan mampu memberikan dampak positif bagi perekonomian pariwisata setempat. Selain itu, pengelola diharapkan mampu menjaga konsistensi untuk tetap melakukan *posting* konten karena akan berpengaruh besar pada *engagements* akun *Instagram* Puncak Sosok. Perancangan ini juga diharapkan dapat menjadi inspirasi bagi obyek wisata lain untuk dapat mengangkat potensi wisata yang dimiliki secara efektif melalui sosial media sehingga mampu mendorong pertumbuhan ekonomi pada sektor pariwisata.

Perancangan ulang konten sosial media *Instagram* Puncak Sosok dapat dikembangkan lagi dalam penelitian lebih lanjut dengan melakukan penerapan pada media baru maupun perancangan media interaktif untuk mendorong potensi Obyek Wisata Puncak Sosok lebih jauh.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Ardhi, Yudha. (2013). *Merancang Media Promosi Unik dan Menarik*. Yogyakarta: Taka Publisher.
- Dailey, P (2009). *Social Media: Finding Its Way into Your Business Strategy and Culture*. Linkage, Inc.  
<https://www.yumpu.com/en/document/view/50950534/social-media-finding-its-way-into-your-business-linkage-inc>
- Maharsi, Indiria. (2018) "*Ilustrasi*". Yogyakarta: Badan Penerbit ISI Yogyakarta.
- Rustan, Surianto. (2013). *Mendesain Logo*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rustan, Surianto. (2017). *Layout Dasar dan Penerapannya*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rustan, Surianto. (2017). *Hurufontipografi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Terence, A Shimp. (2000). *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, edisi ke-5. Jakarta: Erlangga. Yogyakarta. Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta. (2022). *Statistik Kepariwisataaan 2021 Daerah Istimewa Yogyakarta*.  
<https://visitingjogja.jogjaprovo.go.id/webdinas/download/statistik-kepariwisataan-diy-tahun-2021/>

### Website

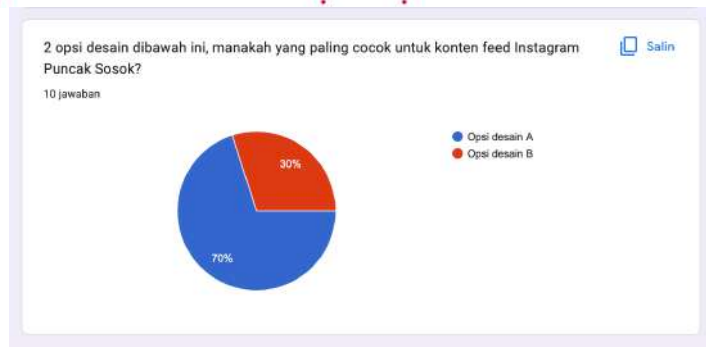
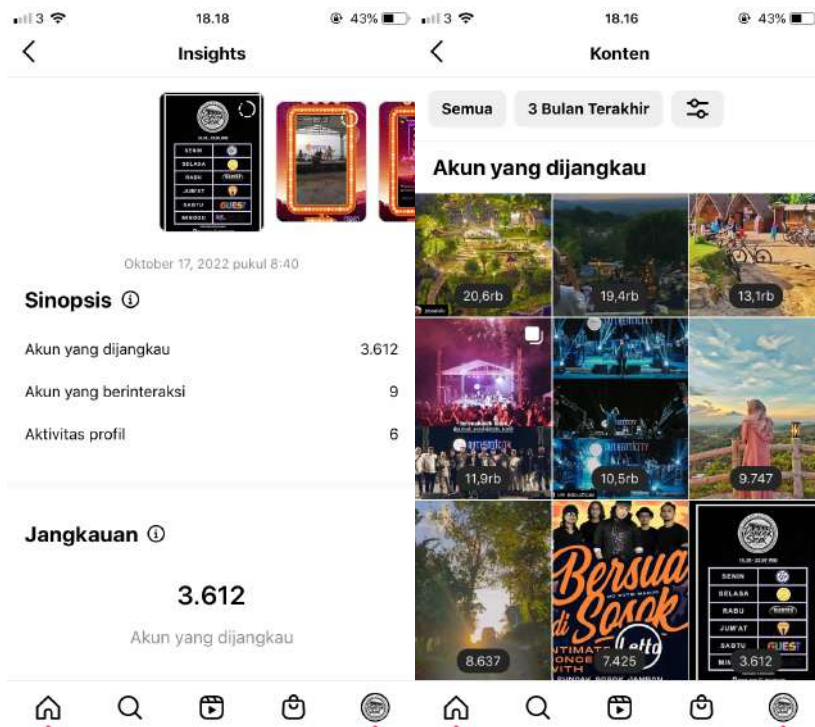
- Fussell, Grace. (2020). *A Guide to Vintage Design Styles*. Envato Tutsplus. Diambil dari: <https://design.tutsplus.com/articles/the-potted-guide-to-vintage-design-styles--cms-26986>
- Umam. (2021). *Pengertian Media Sosial, Sejarah, Fungsi, Jenis, Manfaat, dan Perkembangannya*. Gramedia Blog. Diambil dari: <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-media-sosial/>

- Shinta, Amelia. (2022, Maret 22). *6 Cara Membuat Feed Instagram Kamu Jadi Makin Menarik*. Dewaweb. Diambil dari: <https://www.dewaweb.com/blog/cara-membuat-feed-instagram/>
- Yudhistira. (2021, Oktober 15). *Ukuran Feed Instagram Terbaru 2022(Foto, Video, Story, Reels)*. Blog Bhinneka. Diambil dari: <https://www.bhinneka.com/blog/ukuran-feed-instagram-terbaru/>
- Rizaty, Monavia Ayu. (2022, Agustus 3). *Pengguna Instagram Indonesia Terbesar Keempat di Dunia*. Diambil dari: <https://dataindonesia.id/Digital/detail/pengguna-instagram-indonesia-terbesar-keempat-di-dunia>
- Keutelian, Mary. (2022, Juli 29). *The best times to post on social media in 2022*. Sproutsocial. Diambil dari: <https://sproutsocial.com/insights/best-times-to-post-on-social-media/>
- Indonesia. Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia. (2009). *Kepariwisata: Undang-Undang Tentang Kepariwisata*. Diambil dari: <https://www.dpr.go.id/jdih/index/id/527>
- Brandwatch. (2022, Mei 9). *Instagram Stories vs Feed: What Works Best?*. Diambil dari: <https://www.brandwatch.com/blog/instagram-stories-vs-feed-what-works-best/>
- Credible. (2022, Oktober 21). *Engagement Instagram: Pengertian, Cara Menghitung & Tipsnya*. Diambil dari: <https://credible.com/edukasi/topik/sales-marketing/engagement-instagram-adalah>
- Sosiakita. (2021, Juli 19). *Wajib Tahu! Perbedaan Impression dan Reach di Instagram*. Diambil dari: <https://sosiakita.com/wajib-tahu-perbedaan-impression-dan-reach-di-instagram/>

## **Wawancara**

Abidin, Zainal. (2022). "*Konten Sosial Media Instagram Puncak Sosok*". Hasil Wawancara Pribadi: 26 Oktober 2022, Puncak Sosok.

# LAMPIRAN



## PELAKSANAAN SIDANG



LEMBAR KONSULTASI  
 BIMBINGAN SKRIPSI S1  
 PRODI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

NAMA : MUHAMMAD CHUSNAN LUTFI NIM 11161032  
 SEMESTER : 13 TAHUN AKADEMIK : 2022 / 2023  
 JUDUL SKRIPSI : PERANCANGAN ILANG KONTEN SOSIAL MEDIA  
 INSTAGRAM PUNCAK SOSOK SEBAGAI MEDIA PROMOSI PAKEJISATA  
 PEMBIMBING : DWISANTO SAYOGO, M. DS.

| TANGGAL     | KOREKSI  | SARAN  | PARAF PEMBIMBING |
|-------------|--|--|------------------|
| 20 OKT 2022 | BAB I : MEMPERBAIKI UJIAN DEBARANG                         | HAL MENARIK YANG HANYA ADA DI PUNCAK SOSOK   | BS               |
| 10 NOV 2022 | BAB I : MEMPERBAIKI SKEMA PERANCANGAN                      | ALUR-NYA DISESUAIKAN   | BS               |
| 16 NOV 2022 | BAB II : MEMPERBAIKI SUSUNAN BAB II                        | SUSUNAN DIURUTKAN DENGAN BAIK  | BS               |
| 25 NOV 2022 | BAB II : MEMPERBAIKI REFERENSI PERANCANGAN                 | CARI REFERENSI YANG MEMPUNYAI DEBARANG PUNCAK SOSOK  | BS               |
| 7 DES 2022  | BAB II : MEMPERBAIKI LANDASAN TEORI                        | PITAMBAH KETERANGAN/ KESIMPULAN DI PARAGRAF AKHIR TIAP TEORI                                 | BS               |
| 9 DES 2022  | BAB II : MEMPERBAIKI BAB II AKHIR                          | DITAMBAH KETERANGAN DAN KESIMPULAN DI AKHIR BAB II TENTANG PERANCANGAN YANG AKAN DICEERJAKAN | BS               |
| 12 DES 2022 | BAB III : MEMPERBAIKI STRATEGI MEDIA                       | DITUSUN STRATEGI-STRATEGI KONTEN YANG COCOK UNTUK PUNCAK SOSOK                               | BS               |
| 14 DES 2022 | BAB III : MEMPERBAIKI PERSEKONGRAN VISUAL DAN ROUGH SKETCH | ALUR-NYA DISPECAHANAKAN LAGI   | BS               |
| 2 JAN 2023  | BAB III : SEMPURNAKAN KARYA DAN PENJELASAN YANG SALAH      | RURASI REVISI JANGAN TERLALU PANJANG   | BS               |
| 6 JAN 2023  | BAB III : PERBAIKI KESIMPULAN DAN SARAN                    | DITAMBAH KENDALA YANG DIHADAPI   | BS               |
| 9 JAN 2023  | FINALISASI SKRIPSI   | MERAPIKAN DAFTAR PUSTAKA   | BS               |
|             | ACC, siap disidangkan                                      |  |                  |

Ketua Jurusan :



(Dwisanto Sayogo, M.Ds)

Pembimbing,



(Dwisanto Sayogo, M.Ds)