

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis semiotik pada unggahan akun Instagram @disparbud.pandeglang melalui pendekatan semiotik Roland Barthes, dapat disimpulkan bahwa akun ini menjalankan fungsi strategis sebagai medium representasi budaya, promosi wisata, penguatan ekonomi dan pembentukan identitas daerah Pandeglang. Setiap postingan menyampaikan informasi secara literal atau denotatif dan juga membangun makna konotatif dan mitologis yang memperkuat nilai-nilai sosial, kultural, dan ideologis tertentu. Dengan menggunakan berbagai elemen visual seperti simbol tradisional, ikon budaya, lanskap alam, serta narasi verbal melalui caption dan tagar, akun ini perlahan membentuk representasi Pandeglang sebagai daerah yang kaya akan kearifan lokal, warisan budaya, dan kekayaan alam yang autentik.

Dalam kerangka pemikiran Barthes, media sosial menjadi ruang produksi mitos modern dimana tanda-tanda visual dan teks bekerja secara sinergis untuk menyampaikan pesan yang tampak netral namun sebenarnya sarat kepentingan ideologis. Misalnya, dalam peringatan Hari Badak Sedunia, konstruksi visual menghadirkan makna konservasi yang tidak sekedar ekologis, tetapi juga nasionalistik. Sementara dalam promosi Curug Putri Carita, alam dikonstruksikan sebagai tempat wisata yang ideal, membentuk mitos tentang keaslian dan ketenangan yang hanya bisa ditemukan di Pandeglang. Pada postingan budaya seperti Gebrag Ngadu Bedug dan Batik Cikadu, simbol tradisional dimanfaatkan untuk membentuk identitas kolektif yang religius, kreatif, dan berakar pada nilai-nilai lokal.

Secara keseluruhan, sebagai media informasi akun Instagram @disparbud.pandeglang juga berperan sebagai aktor simbolik yang memproduksi dan mendistribusikan makna-makna ideologis melalui media visual digital. Penggunaan strategi semiotik dalam konten visual ini menunjukkan bagaimana makna budaya dapat dikonstruksi, dinaturalisasi dan disebarkan untuk membentuk pandangan dunia terhadap daerah, alam, budaya, dan masyarakat Pandeglang. Dengan demikian, akun ini menjadi alat komunikasi dinas pariwisata serta menjadi ruang kontestasi makna dan alat representasi budaya yang berdampak pada persepsi publik terhadap identitas lokal dan nasional.

B. Saran

Terdapat beberapa saran yang ingin disampaikan oleh peneliti pada penelitian ini, yakni ;

1. Bagi akun instagram @disparbud.pandeglang disarankan untuk lebih masif mengunggah konten baik foto maupun video yang berkaitan dengan branding atau memperkenalkan destinasi wisata potensial dan menarik di Kabupaten Pandeglang.
2. Bagi Masyarakat atau followers, Peneliti menyarankan untuk lebih sering memberikan saran juga informasi destinasi wisata khususnya di Kabupaten Pandeglang yang belum terunggah dan ter-ekspose di akun @disparbud.pandeglang sehingga dapat membantu secara langsung perkembangan branding wisata kabupaten Pandeglang untuk lebih dikenal lebih luas lagi.
3. Bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan penelitian mengenai analisis isi akun instagram @disparbud.pandeglang dalam menciptakan branding wisata di Kabupaten Pandeglang sehingga dapat menyempurnakan serta menambah kekurangan yang ada pada penelitian ini. Selain itu, disarankan untuk menggunakan referensi terbaru dan melaksanakan penelitian dengan menggunakan metode penelitian yang berbeda secara lebih mendalam sehingga data yang didapatkan lebih banyak.