

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 1. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian di Kampung Adat Prai Ijing, dapat disimpulkan bahwa daya tarik utama kampung adat ini terletak pada berbagai elemen yang unik dan melestarikan warisan budaya. Salah satunya adalah keberadaan rumah adat yang mempertahankan keaslian arsitektur tradisional, serta batu kubur yang masih menjaga keberadaan dan keberlangsungan zaman megalitikum. Meskipun sulit untuk menemukan batu kubur alami, masyarakat Prai Ijing tetap berusaha melestarikan identitas budaya dengan menciptakan replika modern menggunakan semen, tetapi tetap mempertahankan karakteristik asli batu kubur. Selain itu, keberadaan tulang kepala kerbau yang dipajang di setiap rumah menjadi bagian dari warisan budaya yang unik di kampung ini.

Tidak hanya itu, kampung adat Prai Ijing juga menawarkan beragam pengalaman wisata edukatif, seperti pembuatan kain tenun Sumba dan kerajinan tangan anyaman yang khas, yang tidak hanya memperkaya pengetahuan tentang budaya lokal tetapi juga dapat dijadikan sebagai cenderamata atau oleh-oleh bagi pengunjung. Dengan demikian, selain keindahan alamnya, kampung adat Prai Ijing juga menawarkan kesempatan untuk menikmati dan memahami kekayaan budaya dan tradisi yang terjaga dengan baik.

kendala yang dihadapi kampung adat prai ijing dalam mempromosikan di media sosial sangatlah jelas. kurangnya aktivitas promosi yang teratur, kurangnya interaksi yang aktif dengan pengikut, serta ketiadaan penawaran khusus atau diskon menjadi hambatan yang signifikan dalam menarik minat pengunjung. Selain itu, ketidakefektifan daya tarik kampung adat, kurangnya konten visual yang menarik, dan kualitas produk atau layanan yang belum maksimal juga turut mempengaruhi daya tarik kampung adat di media sosial. namun, satu kendala tambahan adalah ketidakmeratanya pemahaman dan akses masyarakat terhadap media sosial, terutama penggunaan strategi promosi di platform tersebut. Hal ini menunjukkan perlunya upaya lebih lanjut dalam pendidikan dan pelatihan mengenai pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi bagi

masyarakat Prai Ijing. dengan mengatasi kendala-kendala ini, Kampung Adat Prai Ijing dapat meningkatkan visibilitasnya di media sosial, menarik minat lebih banyak pengunjung, dan memperkuat citra mereka sebagai tujuan wisata yang menarik dan unik.

Prai ijing secara konsisten memelihara dan merawat warisan adat dan budaya mereka hingga saat ini. Storynomic menjadi strategi promosi yang sangat tepat untuk kampung adat prai ijing. Ini didasarkan pada hasil observasi lapangan dan wawancara yang menunjukkan keunikan dan daya tarik dari adat dan budaya Sumba, termasuk kampung adat Prai Ijing yang masih melestarikan warisan budayanya.

Melalui storynomic, kita dapat berbagi cerita yang menarik dan unik tentang adat dan budaya yang terjaga dengan baik di Prai Ijing kepada masyarakat luas. Strategi ini tidak hanya mempromosikan destinasi wisata, tetapi juga memperkenalkan nilai-nilai budaya yang berharga dan memberikan pengalaman belajar yang berharga bagi pengunjung. Dengan demikian, promosi melalui Storynomic menjadi sarana efektif untuk menginspirasi minat dan apresiasi terhadap kekayaan budaya Sumba, termasuk kampung adat Prai Ijing.

## 2. SARAN

Adapun saran yang dapat di berikan dalam pengembangan dan promosi ialah :

3. Melakukan pembinaan terhadap pemuda dan pemudi prai ijing dan juga pokdarwis tentang digitalisasi.
4. Melakukan pemasaran mandiri agar prai ijing di kenal oleh Masyarakat luas.
5. Melakukan pemanfaatan media sosial dan website dengan membagikan konten menarik, cerita lokal, dan informasi praktis dapat meningkatkan visibilitas kampung prai ijing.

