

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, penjelasan serta teori maupun konsep dari bab sebelumnya mengenai penelitian yang berjudul Efektivitas Media Sosial Akun Instagram Terhadap Minat Kunjung Wisata Di Kota Bandung, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Efektivitas **Konteks** Akun Instagram terhadap Minat Kunjung Wisata di Kota Bandung, dengan arah positif yang menunjukkan bahwa semakin baik **Konteks** maka akan berdampak pada Minat Kunjung Wisata di Kota Bandung yang semakin tinggi begitu pula sebaliknya. Hal ini menunjukkan bahwa **Konteks** yang dilakukan oleh Media Sosial Akun Instagram @explorebandung mampu menjadi media promosi yang baik untuk menarik perhatian followers.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Efektivitas **Komunikasi** akun Instagram terhadap Minat Kunjung Wisata di Kota Bandung dengan arah positif yang menunjukkan bahwa semakin baik **Komunikasi** maka akan berdampak pada Minat Kunjung Wisata di Kota Bandung yang semakin tinggi begitu pula sebaliknya. Hal ini menunjukkan bahwa **Komunikasi** yang dibangun antara pemilik akun dan pengikutnya melalui Media Sosial Akun Instagram @explorebandung mampu menjadi media promosi yang baik dalam membagikan informasi kepada pengikutnya dan respon yang dilakukan oleh admin akun tersebut.

3. Terdapat Terdapat pengaruh yang signifikan antara Efektivitas **Kolaborasi** akun Instagram terhadap Minat Kunjung Wisata di Kota Bandung, dengan arah positif yang menunjukkan bahwa semakin baik **Kolaborasi** maka akan berdampak pada Minat Kunjung Wisata di Kota Bandung yang semakin tinggi begitu pula sebaliknya. Hal ini menunjukkan bahwa **Kolaborasi** yang dilakukan oleh Media Sosial Akun Instagram @explorebandung kepada pengikutnya mampu menjadi media promosi yang baik dalam kerja sama yang dibangun antara pemilik akun dan pengikutnya tersebut.
4. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Efektivitas **Koneksi** akun Instagram terhadap Minat Kunjung Wisata di Kota Bandung, dengan arah positif yang menunjukkan bahwa semakin baik **Koneksi** maka akan berdampak pada Minat Kunjung Wisata di Kota Bandung yang semakin tinggi begitu pula sebaliknya. Hal ini menunjukkan bahwa **Koneksi** yang sudah dibangun oleh Media Sosial Akun Instagram @explorebandung mampu menjadi media promosi yang baik dalam menjalin hubungan yang sudah dibangun oleh pemilik akun dan pengikutnya.
5. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Efektivitas Media Sosial Akun Instagram terhadap **Perhatian** Wisata di Kota Bandung, dengan arah positif yang menunjukkan bahwa semakin baik Efektivitas Media Sosial Akun Instagram maka akan berdampak pada **Perhatian** Wisata di Kota Bandung yang semakin tinggi begitu pula sebaliknya. Hal ini menunjukkan bahwa Efektivitas Media Sosial Akun Instagram menciptakan hal positif bagi pengikut instagram @explorebandung sehingga mampu menciptakan perhatian terhadap wisata-

wisata di kota Bandung.

6. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Efektivitas Media Sosial Akun Instagram terhadap **Ketertarikan** Wisata di Kota Bandung, dengan arah positif yang menunjukkan bahwa semakin baik Efektivitas Media Sosial Akun Instagram maka akan berdampak pada **Ketertarikan** Wisata di Kota Bandung yang semakin tinggi begitu pula sebaliknya. Hal ini menunjukkan bahwa Efektivitas Media Sosial Akun Instagram menciptakan hal positif bagi pengikut instagram @explorebandung sehingga mampu menciptakan ketertarikan untuk mengunjungi terhadap wisata-wisata di kota Bandung.
7. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Efektivitas Media Sosial Akun Instagram terhadap **Keinginan** wisata di kota Bandung, dengan arah positif yang menunjukkan bahwa semakin baik Efektivitas Media Sosial Akun Instagram maka akan berdampak pada **Keinginan** Wisata di Kota Bandung yang semakin tinggi begitu pula sebaliknya. Hal ini menunjukkan bahwa Efektivitas Media Sosial Akun Instagram menciptakan hal positif bagi pengikut instagram @explorebandung sehingga mampu menciptakan keinginan untuk mengunjungi terhadap wisata-wisata di kota Bandung.
8. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Efektivitas Media Sosial Akun Instagram terhadap **Keyakinan** wisata di kota Bandung, dengan arah positif yang menunjukkan bahwa semakin baik Efektivitas Media Sosial Akun Instagram maka akan berdampak pada **Keyakinan** Wisata di Kota Bandung yang semakin tinggi begitu pula sebaliknya. Hal ini menunjukkan bahwa Efektivitas Media Sosial Akun Instagram menciptakan hal positif bagi pengikut instagram

@explorebandung sehingga mampu menciptakan keyakinan untuk mengunjungi terhadap wisata-wisata di kota Bandung.

9. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Efektivitas Media Sosial Akun Instagram terhadap **Keputusan** wisata di kota Bandung, dengan arah positif yang menunjukkan bahwa semakin baik Efektivitas Media Sosial Akun Instagram maka akan berdampak pada **Keputusan** Wisata di Kota Bandung yang semakin tinggi begitu pula sebaliknya. Hal ini menunjukkan bahwa Efektivitas Media Sosial Akun Instagram menciptakan hal positif bagi pengikut instagram @explorebandung sehingga mampu menciptakan keputusan akhir untuk mengunjungi terhadap wisata-wisata di kota Bandung.
10. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Efektivitas **Media Sosial** akun Instagram terhadap **Minat Kunjung** Wisata di Kota Bandung. Dengan arah positif yang menunjukkan bahwa semakin baik Efektivitas **Media Sosial** Akun Instagram maka akan berdampak pada **Minat Kunjung** Wisata di Kota Bandung yang semakin tinggi begitu pula sebaliknya. Dalam indikator media sosial dimensi kolaborasi memperoleh persentase skor tertinggi dengan kategori baik dan persentase terendah terdapat pada indikator Koneksi namun masih pada kategori baik. Secara menyeluruh Media Sosial pada @explorebandung sudah Baik. Adapun dalam Minat Kunjung yang didalamnya diukur melalui dimensi, yaitu Perhatian, Ketertarikan, Keinginan, Keyakinan, Keputusan. Dimensi Keinginan memperoleh persentase skor tertinggi dengan kategori baik, sedangkan indikator Keputusan memperoleh persentase skor terendah namun masih pada kategori baik.

5.2 Saran

Setelah peneliti memberikan kesimpulan terkait Efektivitas Media Sosial Akun Instagram terhadap Minat Kunjung Wisata di Kota Bandung dengan sub judul (Studi Deskriptif Kuantitatif Mengenai Efektivitas Media Sosial Akun Instagram Terhadap Minat Kunjung Wisata di Kota Bandung Pada Followers Media Sosial Instagram @explorebandung), maka peneliti akan memberikan beberapa saran yang dapat digunakan:

1. Media Sosial Instagram @explorebandung sudah berjalan baik, adapun hal yang disarankan oleh peneliti yaitu diharapkan media sosial @explorebandung perlu melakukan evaluasi guna penyajian koneksi atau hubungan yang sudah terjalin sehingga dapat meningkatkan minat kunjung followers instagram dengan menekankan pembahasan mengenai informasi-informasi terkait tempat wisata yang sesuai dengan ketentuan pada dimensi tersebut.
2. Minat Kunjung *followers* @explorebandung sudah berjalan baik, adapun hal yang disarankan oleh peneliti yaitu diharapkan media sosial @explorebandung dapat mengetahui sasaran dalam menyesuaikan pesan atau informasi kepada *followers* baik secara garis besar atau spesifik terkait destinasi yang diangkat sebagai konten. Dengan demikian, tujuan penyampaian pesan atau informasi tersebut dapat diterima dengan baik dengan kemungkinan besar dapat mempengaruhi hasil keputusan *followers* terhadap minat kunjung wisata.

3. Pengaruh antara Media Sosial Instagram terhadap Minat Kunjung Wisata tergolong tinggi, hal ini dapat dimanfaatkan oleh pihak pengelola instagram @explorebandung guna meningkatkan informasi dengan memperhatikan kualitas dan konsistensi.
4. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk dapat lebih mempersiapkan diri dalam proses pengambilan dan pengumpulan data lebih cepat karena supaya dapat memaksimalkan waktu dan diharapkan untuk dapat membuat kuesioner yang lebih general lagi agar mendapatkan hasil yang maksimal tanpa membuat kuesioner yang merujuk pada suatu alasan.