

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penghitungan dari pembahasan mengenai Efektivitas Komunikasi Pemasaran Pada Media Sosial Instagram @bodyrafting_guhabau Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Objek Wisata *Green Canyon*. maka disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Promosi Efektivitas Komunikasi Pemasaran Pada Media Sosial Instagram @bodyrafting_guhabau Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Objek Wisata *Green Canyon*. dengan arah yang positif yang berarti bahwa semakin baik Promosi maka akan berdampak terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Objek Wisata *Green Canyon*. Hal tersebut menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan oleh akun @bodyrafting_guhabau pada media sosial *Instagram* baik dan menarik perhatian dari wisatawan.
2. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Publisitas Efektivitas Komunikasi Pemasaran Pada Media Sosial Instagram @bodyrafting_guhabau Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Objek Wisata *Green Canyon*, yang menunjukkan bahwa semakin baik Publisitas maka tidak akan berdampak pada Minat Berkunjung Wisatawan Ke Objek Wisata *Green Canyon*. Hal ini disebabkan

kurang Efektivnya publisitas yang di lakukan oleh @bodyrafting_guhabau yang dengan demikian para wisatawan yang mengikuti akun tersebut menganggap bahwa publisitas tidak terlalu berpengaruh.

3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Hubungan Masyarakat Efektivitas Komunikasi Pemasaran Pada Media Sosial Instagram @bodyrafting_guhabau Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Objek Wisata *Green Canyon*. dengan arah yang positif yang berarti bahwa semakin baik hubungan Masyarakat maka akan berdampak terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Objek Wisata *Green Canyon*. Hal tersebut menunjukkan bahwa Hubungan Masyarakat yang dilakukan oleh akun @bodyrafting_guhabau pada media sosial *Instagram* baik dan menarik perhatian dari wisatawan.
4. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Efektivitas Komunikasi Pemasaran Pada Media Sosial Instagram @bodyrafting_guhabau Terhadap Perhatian Wisatawan Ke Objek Wisata *Green Canyon*. dengan arah yang positif yang berarti bahwa semakin baik Promosi maka akan berdampak terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Objek Wisata *Green Canyon*. Hal tersebut menunjukkan bahwa Efektivitas Komunikasi Pemasaran yang dilakukan oleh akun @bodyrafting_guhabau pada media sosial *Instagram* menciptakan hal yang positif bagi para wisatawan sehingga mampu menimbulkan perhatian terhadap objek wisata *Green Canyon*.

5. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Efektivitas Komunikasi Pemasaran Pada Media Sosial Instagram @bodyrafting_guhabau Terhadap Ketertarikan Wisatawan Ke Objek Wisata *Green Canyon*. dengan arah yang positif yang berarti bahwa semakin baik Promosi maka akan berdampak terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Objek Wisata *Green Canyon*. Hal tersebut menunjukkan bahwa Efektivitas Komunikasi Pemasaran yang dilakukan oleh akun @bodyrafting_guhabau pada media sosial *Instagram* menciptakan hal yang positif bagi para wisatawan sehingga mampu menimbulkan Ketertarikan terhadap objek wisata *Green Canyon*.
6. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Efektivitas Komunikasi Pemasaran Pada Media Sosial Instagram @bodyrafting_guhabau Terhadap Keinginan Wisatawan Ke Objek Wisata *Green Canyon*. dengan arah yang positif yang berarti bahwa semakin baik Promosi maka akan berdampak terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Objek Wisata *Green Canyon*. Hal tersebut menunjukkan bahwa Efektivitas Komunikasi Pemasaran yang dilakukan oleh akun @bodyrafting_guhabau pada media sosial *Instagram* menciptakan hal yang positif bagi para wisatawan sehingga mampu menimbulkan Keinginan berkunjung terhadap objek wisata *Green Canyon*.
7. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Efektivitas Komunikasi Pemasaran Pada Media Sosial Instagram @bodyrafting_guhabau Terhadap Tindakan Wisatawan Ke Objek Wisata *Green*

Canyon. dengan arah yang positif yang berarti bahwa semakin baik Promosi maka akan berdampak terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Objek Wisata *Green Canyon*. Hal tersebut menunjukkan bahwa Efektivitas Komunikasi Pemasaran yang dilakukan oleh akun *@bodyrafting_guhabau* pada media sosial *Instagram* menciptakan hal yang positif bagi para wisatawan sehingga mampu menimbulkan Tindakan terhadap objek wisata *Green Canyon*.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dan kesimpulan yang telah dipaparkan sebelumnya, peneliti akan mengajukan beberapa saran dengan harapan memiliki manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan. Berikut beberapa saran yang akan peneliti sampaikan:

- A. *@guhabau_bodyrafting* harus mampu mempertahankan serta meningkatkan Efektivitas komunikasi Pemasarannya dalam media sosial *Instagram* agar pemasaran melalui media tersebut akan semakin maksimal dengan cara meningkatkan penggunaan fitur-fitur yang terdapat dalam aplikasi *Instagram* yang nantinya akan memberikan kualitas promosi yang semakin baik lagi.
- B. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperkaya atau menambah variabel yang mempengaruhi terhadap Minat Berkunjung yang sehingga dapat menambah hasil yang lebih luas lagi. Selain itu dapat mengembangkan penelitian ini menggunakan

metode yang berbeda dalam meneliti Efektivitas Komunikasi Pemasaran terhadap Minat Berkunjung sehingga akan diperoleh hasil yang bervariasi.