

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hal-hal yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, rumusan masalah yang ingin diketahui dalam penelitian ini adalah mengenai “pengaruh media sosial Instagram @pesonaid_travel terhadap minat berkunjung kaum milenial pada wisata Indonesia”, maka dari hasil analisis dan pembahasan yang telah dipaparkan dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

Dari hasil perhitungan yang dilakukan, hasil dari uji korelasi dan regresi menunjukkan antara variabel X terhadap variabel Y memiliki hubungan positif yang kuat dan signifikan. Sedangkan pengaruh yang dihasilkan sebesar 55,3%, yang menandakan bahwa minat berkunjung pada wisata Indonesia dipengaruhi oleh akun Instagram @pesonaid_travel. sedangkan sisanya disebabkan faktor lain. Berdasarkan hipotesis yang terdapat pada penelitian ini yaitu menyatakan bahwa H_1 diterima terdapat pengaruh media sosial Instagram @pesonaid_travel terhadap minat berkunjung kaum milenial pada wisata Indonesia. Serta dapat dikatakan dari hasil penelitian bahwa jika tidak adanya stimulus yang diberikan @pesonaid_travel berupa informasi mengenai wisata maka berdampak pada penurunan minat berkunjung kaum milenial pada wisata Indonesia, dengan hasil t_{hitung} 11,022. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang digunakan bahwa stimulus yang diberikan oleh @pesonaid_travel mengenai informasi wisata menimbulkan efek atau respon minat dari responden atau *followers* dari @pesonaid_travel dan dapat dilihat dari hasil penelitian terdahulu yang menyatakan hal tersebut.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dan kesimpulan dari penelitian ini, maka peneliti mengajukan saran sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian dari uji kolerasi yang menyatakan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara stimulus yang terdapat pada akun @pesonaid_travel terhadap minat berkunjung kaum milenial pada wisata Indonesia. Serta pada koefisien determinasi juga menandakan bahwa minat berkunjung kaum milenial pada wisata Indonesia dipengaruhi oleh akun @pesonaid_travel dengan 55,3%. Oleh karena itu, diharapkan bagi akun @pesonaid_travel dapat meningkatkan konten yang sekarang ini karena memiliki dampak yang baik di masyarakat.
2. Pesona Indonesia dapat menggunakan platform media sosial lain untuk memberikan stimulus agar dapat menarik minat berkunjung yang lebih besar dampaknya bagi perkembangan pariwisata Indonesia.