

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang ditemukan peneliti dengan judul penelitian Pengaruh Pesan Persuasif Dalam Instagram @pesonaid_travel Terhadap Sikap Berkunjung Wisatawan Nusantara yang dilakukan peneliti, maka peneliti dapat menyimpulkan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Melalui hasil perhitungan perolehan data melalui SPSS versi 25 pada uji korelasi diketahui bahwa variabel Pesan Persuasif terhadap variabel Sikap Berkunjung mempunyai pengaruh yang cukup berarti karena nilai yang didapat yakni 0,679, berada di antara 0,40 – 0,70. Sehingga dapat ditarik kesimpulan pada penelitian ini bahwa pesan persuasif memiliki pengaruh yang cukup berarti terhadap sikap berkunjung.
2. Menurut hasil perhitungan uji koefisien determinasi, dapat dinyatakan bahwa pesan persuasif dalam Instagram @pesonaid_travel mempunyai besaran pengaruh sebesar 42,2% terhadap sikap berkunjung wisatawan nusantara. Sisanya, sebesar 57,8% sikap berkunjung wisatawan dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang berada di luar penelitian
3. Melalui hasil perhitungan uji hipotesis dengan uji t, didapatkan nilai t hitung sebesar 8,461 dan t tabel yang didapat adalah 1,984. Maka dapat diartikan bahwa $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ dan dapat disimpulkan H_a diterima dan H_0 ditolak. Berdasarkan hal itu, dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara Pesan Persuasif Dalam Instagram @pesonaid_travel Terhadap Sikap Berkunjung Wisatawan Nusantara.
4. Temuan hasil penelitian ini, bahwa dengan adanya pengaruh antara pesan persuasif terhadap sikap berkunjung dapat membuktikan teori *Elaboration Likelihood Theory* yang digunakan peneliti yang menyebutkan bahwa individu dapat berubah sikap setelah menerima pesan persuasif yang diterimanya. Sehingga, temuan pada penelitian dapat mengukuhkan teori ini.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh pesan persuasif dalam Instagram @pesonaid_travel terhadap sikap berkunjung wisatawan nusantara, maka peneliti mengajukan dan memberikan saran sebagai berikut :

1. Diharapkan akun Instagram @pesonaid_travel terus meningkatkan produktivitas unggahan, memproduksi pesan persuasif yang menarik dan informatif, dapat berkolaborasi dengan artis lainnya dan memenuhi pedoman penyajian pesan persuasif yang baik dengan harapan semua hal itu dapat mendukung peningkatan kunjungan baik Labuan Bajo maupun destinasi-destinasi lainnya.
2. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, diharapkan kepada peneliti selanjutnya dapat menggunakan pendekatan kualitatif dengan melakukan wawancara mendalam kepada pemberi pesan dalam hal ini adalah @pesonaid_travel untuk menggali dan mengkaji bagaimana dan seperti apa strategi yang mereka gunakan sebenarnya dalam memikat hati para pengikut dan pengguna Instagram lainnya.
3. Kepada peneliti selanjutnya yang ingin membahas mengenai akun Instagram @pesonaid_travel diharapkan dapat lebih berfokus pada bagaimana keputusan berkunjung para pengikutnya atas pesan-pesan persuasif yang disajikan, karena seperti yang diketahui penelitian ini hanya sampai kepada sikap yang mana lebih dari itu terdapat keputusan berkunjung atau perilaku, sehingga tentunya pengukuran penelitian semakin luas.
4. Kepada peneliti selanjutnya yang ingin membahas mengenai akun Instagram @pesonaid_travel diharapkan dapat menggunakan destinasi yang sama atau empat destinasi super prioritas lainnya, sehingga pembaca tentunya akan mendapat sudut pandang yang lebih luas lagi bagaimana antusias sebenarnya wisatawan terhadap pesan-pesan persuasif yang diterimanya.