

BAB V SIMPULAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan data yang terkumpul dari kuesioner mengenai *Context* (X1), *Communication* (X2), *Collaboration* (X3), dan *Connection* (X4) terhadap Minat Berkunjung (Y), pada wisatawan Pantai Setrojenar, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis menunjukkan bahwa *context* berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan Pantai Setrojenar. Hal ini menunjukkan bahwa *context* dapat mempengaruhi followers akun @pantaisetrojenar untuk berkunjung ke Pantai Setrojenar. Dimana followers merasa jika postingan dari instastory, foto, maupun video/reels dari @pantaisetrojenar menarik sehingga membuat ingin untuk mengunjungi pantai setrojenar. Sehingga dapat diartikan bahwa semakin baik dan menarik *context* yang ada dari akun @pantaisetrojenar maka akan semakin tinggi keinginan untuk mengunjungi Pantai Setrojenar.
2. Hasil analisis menunjukkan bahwa *communication* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan Pantai Setrojenar. Hal ini menunjukkan bahwa *communication* tidak mempengaruhi followers akun @pantaisetrojenar untuk berkunjung. *Communication* merupakan cara dari akun media sosial objek wisata memberikan pesan atau informasi terkait

dengan wisata. Sehingga dapat diartikan bahwa semakin baik dan jelas dalam memberikan informasi yang diberikan kepada followers dan merespon pertanyaan dari followers maka akan semakin tinggi keinginan untuk mengunjungi Pantai Setrojenar.

3. Hasil analisis menunjukkan bahwa *collaboration* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan Pantai Setrojenar. hal ini menunjukkan bahwa *collaboration* tidak mempengaruhi followers akun @pantaisetrojenar untuk berkunjung. Dimana followers merasa jika akun media sosial dalam merespon followers dalam komentar postingan yang di unggah kurang mempengaruhi ataupun juga terkait komentar pengguna lain yang masih sedikit. Sehingga dapat diartikan bahwa semakin baik dan menarik *collaboration* yang ada dari akun @pantaisetrojenar maka akan semakin tinggi keinginan untuk mengunjungi Pantai Setrojenar

4. Hasil analisis menunjukkan bahwa *connection* berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan Pantai Setrojenar. hal ini menunjukkan bahwa *connection* dapat mempengaruhi followers akun @pantaisetrojenar untuk berkunjung. Dimana hubungan yang berkelanjutan antara followers dan akun media sosial tempat wisata dengan semakin banyaknya akun media sosial dari pengguna lain yang menandai akun media sosial @pantaisetrojenar dalam postinggannya

sehingga postingan dari akun media sosial pantai setrojenar bervariasi, hal ini membuat followers ingin untuk mengunjungi pantai setrojenar. Sehingga dapat diartikan bahwa semakin baik dan yang ada dari akun @pantaisetrojenar maka akan semakin tinggi keinginan untuk mengunjungi Pantai Setrojenar.

5.2. Keterbatasan

Penelitian ini diupayakan semaksimal mungkin untuk memperoleh hasil yang terbaik, akan tetapi pada kenyataannya penulis menyadari masih banyak kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan, diantaranya :

1. Penelitian ini dilakukan hanya pada Pengikut Instagram Pantai Setrojenar, sehingga hasil yang diperoleh terbatas.
2. Penelitian ini belum mengungkap keseluruhan faktor yang mempengaruhi minat berkunjung pada Destinasi Wisata Pantai Setrojenar. Penelitian ini terbatas pada Media sosial (*context, communication, collaboration, dan context*)
3. Pada penelitian ini menjelaskan bahwa sebesar 44,6% minat berkunjung wisatawan pada Pantai Setrojenar dipengaruhi oleh variabel Media sosial. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengambil variabel lain karena 55,4% (100% - 44,6%) dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

5.3. Implikasi

5.3.1 Implikasi Praktis

Berdasarkan hasil peneliti yang dilakukan, maka peneliti memberikan saran bagi pihak -pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini antara lain:

1. *Context* berpengaruh signifikan positif terhadap Minat Berkunjung pada followers akun media sosial @pantaisetrojenar. Oleh karena itu peneliti menyarankan kepada pengelola media sosial dari @pantai setrojenar untuk terus memposting daya tarik yang ada di pantai setrojenar dengan bentuk instastory maupun dengan bentuk postingan foto maupun video/reels pada akun media sosial @pantaisetrojenar. Postingan yang menarik serta kualitas gambar yang baik membuat followers merasa tertarik untuk melakukan kunjungan.
2. *Communication* tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung pada followers akun instagram Pantai Setrojenar. Oleh karena itu peneliti menyarankan untuk lebih memberikan informasi yang lengkap terkait postingan dalam bentuk *caption* dan juga lebih merespon terkait dengan komentar atau pertanyaan dari pengguna lain. Dengan memberikan informasi yang lengkap serta memberikan respon terhadap pengguna lain

diharapkan bisa membuat pengguna lain lebih mudah dalam memahami informasi yang diberikan.

3. *Collaboration* tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung pada followers akun instagram Pantai Setrojenar. Oleh karena itu peneliti menyarankan untuk memberikan respon yang baik kepada pengguna lain serta memberikan ruang diskusi di kolom komentar kepada pengguna lain untuk terlibat dalam penambahan informasi guna menarik minat berkunjung followers.
4. *Connection* berpengaruh signifikan positif terhadap Minat Berkunjung pada followers akun media sosial @pantaisetrojenar. Oleh karena itu diharapkan pengelola media sosial dari @pantai setrojenar mengetahui bahwa semakin tinggi *connection* terhadap *followers* maka semakin tinggi minat berkunjung dan untuk terus melakukan hubungan baik dengan memberikan konten berupa postingan yang *up to date*. Akun @pantaisetrojenar juga dapat merepost postingan dari pengguna lain untuk menambah postingan-postingan yang bervariasi.

5.3.2 Implikasi Teoritis

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, implikasi teoritis yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. *Context* berpengaruh signifikan positif terhadap Minat Berkunjung pada followers akun media sosial @pantaisetrojenar. Penelitian ini didukung oleh teori Heuer dalam Sholikha dan Sunarti (2019) yang menyatakan *context* merupakan cara penyampaian informasi kepada orang lain dengan sesuatu format yang menarik. *Context* dan *content* bisa menjadi sorotan pertama mengenai informasi atau pesan yang diunggah tersebut menarik atau tidak sehingga dapat mempengaruhi orang lain. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dimas Jaya Utama dan Anne Ratnasari (2023) yang menyatakan bahwa *context* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung.
2. Dalam penelitian ini *communication* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung. penelitian ini didukung oleh teori dari Heuer dalam Sholikha dan Sunarti (2019) yang mengemukakan bahwa *communication* merupakan cara berinteraksi dimana pemilik akun memberikan informasi mengenai wisata terkait. Apabila informasi terkait daya tarik wisata tersebut diterima dengan baik maka followers akan mendapat informasi yang jelas serta dapat diterima dengan baik sehingga dapat membuat followers ingin berkunjung. Hasil dari penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Tettie Setiyarti, Grace Felas Silitonga, dan Pipit

Sundari (2021) yang menyatakan bahwa communication berpengaruh tidak signifikan terhadap minat berkunjung. Namun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dimas Jaya Utama dan Anne Ratnasari (2023) yang menyatakan bahwa communication berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung.

3. Dalam penelitian ini collaboration tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat berkunjung. *Collaboration* merupakan kerja sama antara pemberi dan penerima pesan, antara akun dengan *followers*. Dalam kolaborasi ini pemilik akun dapat bekerja sama dengan akun lain untuk memperkenalkan wisatanya, ataupun dengan *collaboration* ini merupakan suatu tanggapan pada kolom komentar dari *followers* pada suatu unggahan dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan lain dari *followers* lainnya mengenai pengalaman berwisata. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Alvin Satria Nugraha dan Tania Adialita (2020) bahwa collaboration tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung. Hal ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Rasyid dan O. Hosbian Syah (2023) yang menyatakan bahwa collaboration berpengaruh secara positif dan signifikan dengan minat berkunjung.

4. Connection berpengaruh signifikan positif terhadap Minat Berkunjung pada followers akun media sosial @pantaisetrojenar. Penelitian ini didukung oleh teori dari Heuer dalam Sholikha dan Sunarti (2019) yang menyatakan bahwa *connection* merupakan cara bagaimana memelihara hubungan baik dari setiap pengguna agar terjalin keselarasan yang bersifat berkelanjutan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Rasyid dan O. Hosbrian Syah (2023) yang menyatakan bahwa connection berpengaruh secara positif dan signifikan dengan minat berkunjung.

5. Penelitian selanjutnya disarankan untuk meneliti variabel lain pada penelitian yang serupa. Kemudian penelitian selanjutnya juga disarankan untuk meneliti dengan menambahkan variabel intervening atau mediasi seperti variabel terkait Minat Berkunjung. Agar dapat memperkaya kajian dalam penelitian serupa serta agar pembaca dapat mengetahui variabel lain yang dapat mempengaruhi Minat Berkunjung wisatawan Pantai Setrojenar