

BAB IV

PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh media sosial terhadap minat wisatawan (studi atas penggunaan akun instagram @lahatpedia sebagai media informasi objek wisata di Kabupaten Lahat) yang telah dikaji menggunakan teori S-O-R, maka peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut:

Terdapat pengaruh antara variabel akun instagram @lahatpedia terhadap variabel minat wisatawan adalah sebesar 0,487%. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel tersebut bernilai kuat. Koefisien korelasi pada penelitian ini menunjukkan hasil yang positif. Maka kedua variabel mempunyai hubungan searah. Kemudian pada pengujian hasil hipotesis tahap selanjutnya adalah membandingkan t_{tabel} dengan t_{hitung} . Berdasarkan dari perhitungan diatas diperoleh t_{hitung} sebesar 5,519 sedangkan nilai t_{tabel} 1,660, dengan demikian bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $5,519 > 1,660$. Maka jumlah t_{hitung} lebih dari jumlah t_{tabel} . Dapat disimpulkan bahwa **H₀ ditolak** dan **H_a diterima** yang artinya terdapat **pengaruh** akun instagram @lahatpedia terhadap minat wisatawan di Kabupaten Lahat.

4.2. Saran

Adapun saran-saran yang peneliti berikan setelah penelitian masalah ini adalah :

1. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan media sosial instagram sebagai objek penelitian. Diharapkan untuk akun @lahatpedia untuk terus memberikan informasi-informasi seputar wisata-wisata khususnya yang ada di Kabupaten Lahat.
2. Dikarenakan sangat bermanfaat untuk masyarakat yang hobi *travelling*, akan lebih baik jika dalam postingannya ditambah pesan-pesan yang positif sehingga dapat menghibau wisatawan untuk terus menjaga kelestarian lingkungan dalam berwisata khususnya di Kabupaten Lahat.
3. Diharapkan bagi para pengguna media sosial instagram agar lebih bijak dalam bermedia sosial. Dari hasil penelitian ini terbukti bahwa media sosial instagram mempunyai pengaruh yang cukup besar dalam mengubah perilaku seseorang.
4. Diharapkan kepada para orang tua agar bisa mengontrol dan membina anak-anaknya yang masih dibawah umur yang telah menggunakan media sosial. Dan pemerintah agar dapat mengontrol akun-akun di media sosial yang memiliki dampak negatif yang berpotensi merusak perilaku moral individu

DAFTAR PUSTAKA

- Atmoko BD. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta (ID): Mediakita.
- Bungin, Burhan. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Perdana Media Group.
- Cangara, Hafied. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Cross, Michael. (2013). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Dailey, Patrick R. (2009). *Social Media: Finding Its Way Into Your Business Strategy and Culture*. Burlington: Lingkage.
- Demartoto, Argyo. (2009). *Pembangunan Pariwisata Berbasis Masyarakat*. Surakarta: Sebelas Maret University Press.
- Elvinaro, Ardianto. (2004). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Harum, Munzir. (2018). *Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Perubahan Sikap Tujuan Wisata Liburan Mahasiswa Universitas Syiah Kuala*. Diakses dari <http://www.jim.unsyiah.ac.id/FISIP/article/view/7414/3439>. tanggal 20 Januari 2019.
- <https://e.Marketer.com> Diakses pada 28 Januari 2019
- <https://wearesocial.com/> [50-of-internet-users-on-instagram](#) Diakses pada 16 Januari 2019
- (<http://wisatalengkap.com/tempat-wisata-di-lahat-terbaru/amp/> diakses 4 Januari 2019).
- Kriyanto, Rachmat. (2008). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Nazir, Moh. (2007). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nisrina, M. (2015). *Bisnis Online. Manfaat Media Sosial dalam Meraup Uang*. Yogyakarta: Kobis. http://digilib.uin-suka.ac.id/20145/2/11730043_BAB-I_IV-atau-V_DAFTAR-PUSTAKA.pdf. Diakses pada tanggal 27 Januari 2019
- Nurudin. (2004). *Komunikasi Massa*. Malang: CESPUR.
- Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT RajaGrafindo Pers

- Rotler Philip, Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran, jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Ruslan Rosady. *Metode penelitian*. Jakarta. Rajawali Pers. 2017.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2003). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Tambunan, Debby Laura. (2016). *Pengaruh Sosial Media terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Nusantara ke DKI Jakarta*. Diakses dari <http://repository.stp-bandung.ac.id/handle/123456789/203>. tanggal 20 Januari 2019.
- Tamburaka, Apriadi. (2013). *Literasi Media*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Uchjana, Effendy Onong. (2003). *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti. Hal. 255.
- Vera, Nawiroh. (2016). *Komunikasi Massa*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Wicaksono, M. Arrif. (2017). *Pengaruh Media Sosial Instagram @wisatadakwahokura terhadap Minat Berkunjung Followers*. Diakses dari <https://media.neliti.com/media/publications/183848-ID-pengaruh-media-sosial-instagram-wisatada.pdf>. tanggal 20 januari 2019
- Windani, Ayu. (2017). *Pengaruh Unggahan Foto Wisata Alam Yogyakarta pada Media Sosial Instagram terhadap Perilaku Berkunjung*. Diakses dari http://digilib.uin-suka.ac.id/19624/1/11730114_BAB-I_IV-atau-V_DAFTAR-PUSTAKA.pdf. tanggal 20 januari 2019.