

## BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini peneliti akan menjelaskan tentang kesimpulan dan saran atau rekomendasi mengenai pengaruh media sosial dalam membentuk citra destinasi wisata alam Danau Toba dengan studi kasus objek wisata Bukit Sibebe – bea.

### 6.1. Kesimpulan

Penelitian ini didasarkan pada temuan penelitian yang menggunakan analisis deskriptif dan pendekatan regresi linier berganda untuk menguji hubungan antara arsip (X1), interaksi (X2), konten yang dihasilkan oleh pengguna (X3), dan distribusi (X4) terhadap gambar tujuan. di objek wisata Bukit Sibebe Bea. Temuan yang dikumpulkan dari penelitian ini menghasilkan koefisien determinasi R<sup>2</sup> sebesar 0,540 atau 54,0%. Sisanya sebesar 46% varians disebabkan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian.. Dari uji tersebut menunjukkan bahwa pengaruh antara variabel X dan Y tergolong standar. Uji T menjelaskan bahwa hanya ada 2 indikator yang berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat yaitu indikator arsip (X1) dan indikator konten oleh pengguna (X2) yang mana kedua indikator tersebut memiliki nilai signifikan  $t < 0,05$  atau 5%. Sedangkan pada uji F menjelaskan bahwa f hitung memiliki nilai positif dan p-value  $< 0,05$  yang menjelaskan bahwa seluruh variabel bebas yakni arsip (X1), Interaksi (X2), konten oleh pengguna (X3) dan penyebaran (X4) berpengaruh terhadap variabel citra destinasi (Y) secara simultan.

Dari penelitian ini menjelaskan bahwa media sosial mempengaruhi citra destinasi objek wisata Bukit Sibebe bea namun cenderung tidak dominan. Hal yang perlu diperhatikan adalah interaksi dan penyebaran yang terjadi dalam akun media sosial objek wisata Bukit Sibebe bea. *Cognitive destination image, Unique image dan affective destination image* merupakan indikator dari variabel citra destinasi (Y). Pengunjung yang dominan mengunjungi

objek wisata Bukit Sibeabea berjenis kelamin perempuan dengan jumlah presentasi 54% dan untuk jenis kelamin laki-laki memiliki presentasi 46%.

## **6.2. Saran (atau: Rekomendasi)**

Berdasarkan kesimpulan di atas maka peneliti memberikan saran yang dapat dijadikan masukan bagi pengelola objek wisata Bukit Sibeabea adalah sebagai berikut :

Pengelola objek wisata Bukit Sibeabea perlu menyebarkan setiap update tentang informasi penting Objek Wisata Bukit Sibeabea, misalnya :

1. Pengelola objek Wisata Sibeabea perlu memberikan update tentang informasi Bukit Sibeabea (penginapan, rumah makan, objek wisata lain yang ada di sekitar Bukit Sibeabea)
2. Pengelola perlu membuat objek wisata Bukit Sibeabea di media sosial.
3. Membuat *price list* tiket masuk ke objek wisata Bukit Sibeabea.
4. Pengelola perlu untuk menggunakan platform media sosial lain untuk memasarkan objek wisata Bukit Sibeabea, seperti tiktok, facebook, Twitter, dll seperti pada saat ini wisatawan banyak menggunakan jenis media sosial lain dalam mengakses informasi. Dengan demikian pengunjung dapat mengakses akun objek wisata Bukit Sibeabea di semua media sosial.