

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil analisis dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan guna menjawab rumusan dan tujuan dalam penelitian sebagai berikut:

1. Kampanye Humas Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif #Exoticntt di Instagram (X) diperoleh nilai sebesar 67,9 dengan nilai rata-rata sebesar 4,24. Artinya, bahwa variable Kampanye Humas (X) dalam penelitian ini berada pada kategori “Baik” karena berada pada rentang antara nilai skor 4 dan 5. Nilai tertinggi pernyataan responden berkaitan dengan “Saya menyukai informasi kampanye Humas Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif #Exoticntt di Instagram”, sebesar 0,853 dan terendah berkaitan dengan “Penyampain informasi kampanye Humas Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif #Exoticntt di Instagram selalu update”, sebesar 0,441.
2. Citra obyek wisata Labuan Bajo Nusa Tenggara Timur pada Followers Akun Instagram @Exoticntt, diketahui hasil analisis statistic deskriptif diperoleh total skor variabel Citra Obyek Wisata Labuan Bajo (Y) sebesar 49,85 dengan nilai rata-rata sebesar 4,15. Artinya, bahwa variabel Citra Obyek Wisata Labuan Bajo (Y) dalam penelitian ini berada pada kategori “Baik” karena berada pada rentang antara nilai skor 4 dan 5. Nilai tertinggi pernyataan responden berkaitan dengan “merasakan kegiatan kampanye

Humas Dinas Parawisata dan Ekonomi Kreatif NTT”, sebesar 0,774 dan terendah berkaitan dengan “Kegiatan kampanye Humas Dinas Parawisata dan Ekonomi Kreatif NTT membawa perubahan positif”, sebesar 0,409.

3. Pengaruh kampanye Humas Dinas Parawisata dan Ekonomi Kreatif #Exoticntt di Instagram Terhadap Citra Obyek Wisata Labuan Bajo Nusa Tenggara Timur dapat dikatakan sangat kuat diperoleh nilai korelasi (r) sebesar 0,849. Kontribusi pengaruh kampanye Humas Dinas Parawisata dan Ekonomi Kreatif #Exoticntt di Instagram Terhadap Citra Obyek Wisata Labuan Bajo Nusa Tenggara Timur diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) diperoleh nilai sebesar 0,721 atau 72,1%. Artinya, terdapat pengaruh kampanye terhadap citra obyek wisata Labuan Bajo sebesar 72,1% dan sisanya sebesar 27,9% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model ini. Hasil uji hipotesis dapat dilihat diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 15,901 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,98. Dengan demikian maka dapat disimpulkan $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka hasil penelitian ini dapat dikatakan terbukti signifikan dan nilai $sig. = 0,000 < 0,05$.

B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan di atas, maka dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Nilai terendah variable Kampanye Humas Dinas Parawisata dan Ekonomi Kreatif #Exoticntt di Instagram terutama berkaitan dengan penyampain informasi harus selalu update. Hal ini mengindikasikan bahwa perlunya ada

informasi yang selalu terbaru agar informasi dapat memenuhi kebutuhan masyarakat.

2. Berkaitan dengan citra Obyek Wisata Labuan Bajo perlu adanya peningkatan di bidang perekonomian khususnya melibatkan masyarakat sekitar, mengingat masyarakat merasa belum terbantu dengan adanya kegiatan Kampanye Humas Dinas Parawisata dan Ekonomi Kreatif #Exoticntt. Ke depannya, diharapkan Dinas Parawisata dan Ekonomi Kreatif di Nusa Tenggara Timur memperhatikan faktor peningkatan ekonomi masyarakat sekitar melalui “Tema” yang dijadikan lebih menjalin komunikasi dengan masyarakat sekitar melalui pendekatan persuasif untuk memberikan informasi dan mengedukasi masyarakat memanfaatkan sumber daya alam sekitar yang ada sampai bermanfaat bagi peningkatan taraf kehidupan masyarakat sekitar.