

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dan memperoleh 100 responden menghasilkan kesimpulan sebagai berikut tentang bagaimana *user interactivity* mempengaruhi citra atraksi wisata Kiara Artha Park.

1. *User Interactivity* pada akun Instagram @kiaraarthapark dikategorikan tinggi oleh responden karena dapat memberikan kesempatan kepada pengunjung dapat merasakan *user control* dan *interactivity* saat berada pada akun Instagram tersebut. Kiara Artha Park memberikan ruang untuk berinteraksi pada media sosial Instagram sehingga pengunjung dapat memberikan tanggapan dan dapat melakukan komunikasi dua arah. Maka dapat dikatakan Kiara Artha Park dapat membangun hubungan emosional yang interaktif kepada wisatawan potensial karena memberikan ruang untuk berkomunikasi dua arah dan rasa kepercayaan.
2. Citra atraksi wisata Kiara Artha Park dikategorikan baik karena wisatawan memilih untuk berkunjung ke Kiara Artha Park dibandingkan dengan taman serupa lainnya yang ada di Kota Bandung. Jumlah kunjungan ulang yang telah dilakukan oleh wisatawan menunjukkan bahwa Kiara Artha Park memiliki daya tarik yang tinggi untuk menarik kunjungan wisata.
3. Terdapat pengaruh yang positif dan cukup kuat dari variabel *user interactivity* pada media sosial Instagram terhadap citra atraksi wisata Kiara Artha Park. Akun Instagram @kiaraarthapark memberikan kebebasan bagi wisatawan untuk memberikan tanggapan, menyediakan informasi yang dibutuhkan wisatawan sebelum berkunjung, dan secara transparan memberikan media komunikasi dua arah yang membuat wisatawan memiliki persepsi positif terhadap Kiara Artha Park.

5.2. Keterbatasan

Berdasarkan proses penelitian yang dilakukan, terdapat beberapa keterbatasan yang dialami peneliti dan hal tersebut mungkin dapat mempengaruhi hasil penelitian ini, diantaranya.

1. Jumlah responden yang peneliti gunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden karena adanya keterbatasan waktu dan kemampuan yang peneliti miliki. Dengan jumlah responden yang berhasil peneliti kumpulkan tersebut berpengaruh juga pada generalisasi hasil penelitian. Penyebaran kuesioner juga masih mengalami keterbatasan karena peneliti hanya menyebarkan kuesioner secara daring menggunakan beberapa platform media sosial seperti Instagram, X dan Whatsapp.
2. Keterbatasan dalam pengukuran variabel, pengukuran *user interactivity* pada Instagram bisa menjadi subjektif. Penggunaan metode seperti analisis jumlah likes, komentar, atau interaksi lainnya mungkin tidak mencerminkan secara akurat tingkat kualitas interaksi pengguna terhadap konten Kiara Artha Park.

5.3. Implikasi dan Saran

Berdasarkan temuan penelitian mengenai *user interactivity* pada media sosial Instagram memiliki dampak pada persepsi wisatawan mengenai citra atraksi wisata. Kiara Artha Park memerlukan peningkatan dari segi pemasaran interaktivitas melalui media sosial Instagram yang masih terdapat pendapat responden yang kurang memiliki kendali atas informasi yang ada diberikan di media sosial Instagram Kiara Artha Park. Sehingga diharapkan pihak pengelola Kiara Artha Park lebih memperhatikan tanggapan pengunjung dari segi informasi yang dibutuhkan. Kiara Artha Park juga dapat menggunakan hasil penelitian ini untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih terfokus pada pengguna Instagram. Mereka dapat memanfaatkan konten yang dibagikan oleh pengguna, seperti foto dan ulasan positif, untuk memperkuat citra wisata mereka.

Meskipun penelitian tentang *user interactivity* pada media sosial Instagram menyajikan beberapa implikasi praktis, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memahami faktor-faktor

lainnya yang dapat mempengaruhi citra atraksi wisata. Penelitian tersebut dapat mencakup evaluasi terhadap variabel-variabel lain yang juga dapat mempengaruhi citra atraksi wisata seperti sumber informasi, pengalaman, psikologis dan faktor-faktor lainnya yang dapat mempengaruhi variabel citra atraksi wisata. Selain itu, diperlukan peningkatan jumlah responden dan penerapan metode penelitian yang berbeda untuk mendapatkan hasil yang lebih komprehensif.

Selain itu, bagi praktisi pada bidang pariwisata penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai acuan dalam industri pariwisata untuk mengevaluasi pengaruh *user interactivity* pada media sosial terhadap citra atraksi wisata. Oleh karena itu, penelitian serupa diharapkan dapat melakukan penelitian mengenai peran *user interactivity* pada media sosial terhadap citra atraksi wisata di atraksi wisata lainnya.