

## **BAB V**

### **SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dari responden secara keseluruhan, terpaan tayangan travel vlog Youtube yang dilakukan oleh para penggemar sekaligus pengikut channel Arief Muhammad di Line Square berada pada tingkatan dengan pengaruh terpaan yang positif. Hal tersebut dapat diartikan bahwa responden sangat aktif dalam bermedia sosial khususnya Youtube dalam hal pemenuhan informasi, hiburan serta komunikasi dengan Arief Muhammad.

Pada penelitian ini, tidak ditemukan penilaian negative pada terpaan tayangan travel vlog Youtube terhadap penggemar Arief Muhammad. Ketiga aspek dari terpaan tayangan travel vlog Youtube dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Frekuensi tayangan travel vlog YouTube Arief Muhammad berpengaruh secara signifikan terhadap intensi responden untuk berwisata ke luar negeri dan melalui pengujian dengan membuktikan hipotesis alternatif diterima.
2. Durasi tayangan travel vlog YouTube Arief Muhammad berpengaruh secara signifikan terhadap intensi responden untuk berwisata ke luar negeri dan melalui pengujian dengan membuktikan hipotesis alternatif diterima.
3. Perhatian (atensi) tayangan travel vlog YouTube Arief Muhammad berpengaruh secara signifikan terhadap intensi responden untuk berwisata ke luar negeri dan melalui pengujian dengan membuktikan hipotesis alternatif diterima.

Penelitian ini menunjukkan bahwa terpaan tayangan travel vlog Youtube dapat mempengaruhi intensi berwisata ke luar negeri pada diri penggemar khususnya dalam hal ini penggemar Arief Muhammad di Line Square. Ketiga aspek yang dibuktikan memiliki pengaruh pada terpaan tayangan travel vlog Youtube dengan penilaian yang cukup tinggi atau positif akan memunculkan sebuah niat atau intensi berwisata ke luar negeri pada diri penggemar.

#### **5.2 Implikasi**

Dari hasil penelitian, terlihat bahwa terpaan tayangan travel vlog Arief Muhammad memiliki pengaruh dalam mempengaruhi intensi berwisata pada

anggota komunitas #OsisUntukAriefMuhammad. Sehingga, hasil penelitian ini dapat diimplikasikan dalam dunia komunikasi baik secara teoritik maupun praktik sebagai berikut:

### **5.2.1 Implikasi Teori**

Implikasi teori berkaitan dengan kontribusi dari hasil pada penelitian dan juga keterkaitan antara teori-teori dalam penelitian ini di bidang ilmu komunikasi. Hasil penelitian ini dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan mengenai seberapa besar pengaruh terpaan tayangan travel vlog Arief Muhammad terhadap intensi berwisata. Dari hasil penelitian ini, bila terpaan tayangan travel vlog tinggi, maka intensi berwisata yang dimiliki oleh penonton juga cukup tinggi. Dari ketiga aspek yaitu Frekuensi, Durasi dan Perhatian (atensi) memiliki pengaruh terhadap intensi berwisata ke luar negeri, terutama pada aspek durasi. Maka dari itu intensi berwisata ke luar negeri dapat ditingkatkan melalui ketiga aspek ini, terutama aspek durasi agar tingkat intensi berwisata ke luar negeri anggota komunitas #OsisUntukAriefMuhammad semakin tinggi.

### **5.2.2 Implikasi Praktis**

1. Adanya pengaruh yang signifikan antara frekuensi (X1) menonton tayangan terhadap intensi berwisata ke luar negeri (Y). Hal ini menunjukkan bahwa dengan seringnya menonton tayangan travel vlog Arief Muhammad, maka timbulnya intensi berwisata ke luar negeri pada anggota komunitas #OsisUntukAriefMuhammad semakin tinggi. Hal ini juga mengandung implikasi agar kedepannya pihak Arief Muhammad lebih meningkatkan dan memperhatikan dari segi tayangannya. Sehingga aspek frekuensi responden untuk menonton tayangan tersebut semakin tinggi.

2. Adanya pengaruh yang signifikan antara durasi (X2) menonton tayangan terhadap intensi berwisata ke luar negeri (Y). Hal ini menunjukkan bahwa dengan lamanya melihat tayangan Arief Muhammad, maka timbulnya intensi berwisata ke luar negeri pada anggota komunitas #OsisUntukAriefMuhammad semakin tinggi. Hal ini juga mengandung implikasi agar kedepannya pihak Arief Muhammad lebih meningkatkan dan memperhatikan dari segi

tayangannya. Sehingga aspek durasi responden untuk menonton tayangan tersebut semakin tinggi.

3. Adanya pengaruh yang signifikan antara perhatian (atensi) (X3) menonton tayangan terhadap intensi berwisata ke luar negeri (Y). Hal ini menunjukkan bahwa dengan memperhatikan atau tidaknya tayangan Arief Muhammad, maka timbulnya intensi berwisata ke luar negeri pada anggota komunitas #OsisUntukAriefMuhammad semakin tinggi. Hal ini juga mengandung implikasi agar kedepannya pihak Arief Muhammad lebih meningkatkan dan memperhatikan dari segi konten yang disajikan. Sehingga aspek perhatian (atensi) responden untuk menonton tayangan tersebut semakin tinggi.

### 5.3 Rekomendasi

Berdasarkan hasil kesimpulan maka saran yang dapat dikemukakan, maka peneliti mengajukan beberapa rekomendasi yaitu sebagai berikut :

#### 5.3.1 Bagi Akademik

Penelitian mengenai terpaan tayangan travel vlog memiliki keterbatasan penelitian sehingga diperlukan adanya penyempurnaan dan perlu dikembangkan lagi untuk penelitian kedepannya. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan teori dan model terpaan tayangan travel vlog dari model yang berbeda. Sehingga, dapat menghasilkan variasi penelitian. Selain itu, agar terus menjelaskan dan mencari pandangan lain terkait dengan terpaan tayangan dan intensi berwisata.

#### 5.3.2 Bagi Youtuber

Arief Muhammad sebagai traveling channel yang memiliki banyak subscribers harus lebih aktif dalam mengunggah video dan dengan durasi video yang lebih panjang, hal ini berdasarkan persentase jawaban responden yang memberikan pernyataan bahwa video pada traveling channel Arief Muhammad terlalu pendek.

#### 5.3.3 Bagi Masyarakat

Hasil dari penelitian ini, Arief Muhammad sebagai *traveling vlog* yang memiliki banyak *subscribers* harus lebih aktif dalam mengunggah video dan

dengan durasi video yang lebih panjang karena durasi memiliki penilaian yang rendah yaitu 23,77% sehingga perlunya meningkatkan durasi yang panjang sehingga terpaan tayangan *traveling vlog* Arief Muhammad di *YouTube* memberikan pengaruh untuk menimbulkan minat berwisata *subscribers* terhadap aktivitas *traveling*.

Dimensi atensi penonton pada *traveling vlog* Arief Muhammad memiliki nilai terbesar dalam memberikan pengaruh yang menimbulkan minat berwisata *subscribers*, sehingga Arief Muhammad sebaiknya tetap mempertahankan konten ini dan meningkatkan *vlog traveling channel* nya.

Minat berwisata *subscribers* setelah mendapat terpaan tayangan *traveling channel* Arief Muhammad memiliki tanggapan yang tinggi yaitu 53.17%, maka Arief Muhammad sebagai pemilik *channel* sebaiknya semakin meningkatkan kualitas konten video khususnya mengenai informasi-informasi yang lebih detail pada video unggahannya.