

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa konten visual TikTok memiliki pengaruh yang signifikan dalam membentuk minat berkunjung Generasi Z ke destinasi wisata Bukit Cendana Pesawaran, Provinsi Lampung. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa seluruh responden (100%) pernah melihat konten TikTok tentang Bukit Cendana, dan sebagian besar (92%) menyatakan berminat untuk berkunjung setelah melihat konten tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa konten TikTok efektif dalam menjangkau target audiens dan membangkitkan ketertarikan terhadap destinasi wisata.

Hasil analisis regresi linier sederhana menunjukkan adanya hubungan positif antara konten visual TikTok dan minat berkunjung, dengan persamaan regresi $Y = 7,231 + 0,433X$. Artinya, setiap peningkatan dalam kualitas konten visual TikTok diikuti oleh peningkatan minat berkunjung Generasi Z ke Bukit Cendana Pesawaran Provinsi Lampung.

Selanjutnya, hasil uji-t menunjukkan bahwa nilai t-hitung sebesar 7,805 lebih besar daripada t-tabel sebesar 1,661, dengan nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Hal ini membuktikan bahwa konten visual TikTok berpengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung Generasi Z, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima.

Berdasarkan uji koefisien determinasi (R Square), diperoleh nilai sebesar 0,713. Ini berarti bahwa sebesar 71,3% variasi dalam minat berkunjung dapat dijelaskan oleh konten visual TikTok, sementara sisanya sebesar 28,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa konten TikTok memiliki peran yang kuat sebagai media promosi yang efektif dalam membentuk ketertarikan wisata generasi muda.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, berikut adalah saran-saran yang dapat diberikan kepada pengelola destinasi wisata Bukit Cendana dan pihak terkait untuk meningkatkan efektivitas promosi melalui konten visual TikTok:

1. Konten Visual

Dari sisi konten visual TikTok, pengelola wisata Bukit Cendana disarankan untuk meningkatkan kualitas penyajian visual dan gaya penyampaian informasi dalam video. Hal ini merujuk pada temuan bahwa pernyataan mengenai gaya penyajian yang menarik memperoleh nilai rata-rata terendah, sehingga menunjukkan perlunya pendekatan yang lebih kreatif dan interaktif dalam menyampaikan pesan kepada audiens.

2. Minat Berkunjung

Untuk mendorong minat berkunjung yang lebih kuat, konten yang disajikan sebaiknya tidak hanya berfokus pada keindahan alam, tetapi juga menyertakan informasi tambahan yang bersifat praktis, seperti fasilitas yang tersedia, harga tiket masuk, rute perjalanan, dan testimoni pengunjung. Hal ini didasarkan pada temuan bahwa daya tarik visual semata belum cukup untuk menjadikan Bukit Cendana Pesawaran, Provinsi Lampung sebagai destinasi pilihan utama tanpa adanya informasi pendukung yang lengkap.

3. Generasi Z

Bagi Generasi Z sebagai audiens utama, disarankan untuk bersikap lebih aktif dan kritis dalam menyerap informasi dari media sosial. Konten TikTok sebaiknya dijadikan sebagai referensi awal, bukan satu-satunya acuan, sehingga keputusan berkunjung dapat didasari oleh informasi yang lebih menyeluruh dan objektif.

4. Penyampaian Informasi yang menarik dan Informatif

Selain menarik perhatian, konten juga harus berisi informasi yang relevan mengenai biaya, fasilitas, dan kegiatan yang ada di Bukit Cendana. Hal ini bisa mempermudah pengunjung calon dalam membuat keputusan