

BAB III

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisis data penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Terpaan informasi melalui internet mempengaruhi motivasi penggemar *traveling* berkunjung ke Yogyakarta. Dibuktikan dari nilai signifikansi yang diperoleh adalah 0.001, dengan nilai R sebesar 0,572.
2. Persamaan linier yang diperoleh adalah $Y = 20,766 + 1,131X$, sehingga dapat diartikan jika variabel terpaan informasi melalui internet tentang pariwisata naik sebesar 1 satuan, maka variabel motivasi penggemar *traveling* berkunjung ke Yogyakarta akan mengalami kenaikan sebesar 1,131. Tanpa adanya variabel terpaan informasi melalui internet pun variabel motivasi penggemar *traveling* berkunjung ke Yogyakarta telah memiliki nilai sebesar 20,766.
3. Pengaruh terpaan informasi melalui internet terhadap motivasi penggemar *traveling* berkunjung ke Yogyakarta memiliki nilai $R = 0,572$, yang berarti berada dalam taraf sedang. Hal ini disebabkan oleh frekuensi penggemar *traveling* mengakses situs www.jogjatrip.com yang tergolong sangat rendah.
4. Motivasi yang dipengaruhi oleh terpaan informasi melalui internet adalah *culture*, sosial dan interpersonal, dan *fantasy*.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijabarkan, terdapat beberapa saran dari peneliti, sebagai berikut :

1. Bagi Jogjtrip dan situs informasi pariwisata pada umumnya

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, diperoleh hasil bahwa terpaan informasi berpengaruh terhadap motivasi penggemar traveling berkunjung ke Yogyakarta. Peneliti menyarankan agar menambah informasi yang ditampilkan di situs terutama hal-hal yang berkaitan dengan olahraga dan tempat-tempat berobat yang bisa dikunjungi di Yogyakarta, serta selalu memperbaharui kalender event yang akan dan sedang terjadi di Yogyakarta. Hal ini akan menarik minat penggemar traveling untuk mengakses situs pariwisata sehingga peluang untuk mendapat terpaan informasi akan semakin besar.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Pada penelitian ini peneliti hanya mengambil sampel minimal pada satu populasi. Peneliti menyarankan bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti hal serupa agar menambah jumlah populasi dan sampel, agar data yang diperoleh menjadi lebih luas dan layak untuk mewakili keseluruhan populasi. Selain itu, pada penelitian selanjutnya peneliti menyarankan untuk menambahkan faktor-faktor lain seperti tingkat pendapatan, desain situs, dan kelengkapan informasi yang sekiranya faktor-faktor tersebut akan mempengaruhi tingkat terpaan informasi melalui internet terhadap tingkat motivasi berkunjung.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Azwar, Saifuddin. 1997. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Effendy, Onong Uchjaya. 1993. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Ellsworth, Jill H., Matthew V Ellswort. 1994. *The Internet Bussines Book*. US of America: John Wiley & Son
- Fajar, Marhaeni. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Kartono, Kartini. 1983. *Pengantar Metodologi Research Sosial*. Bandung: Penerbit Alumni
- McQuail, Denis, Alih Bahasa Izzati Putri Iva. 2011. *Teori Komunikasi Massa, Buku 1 Edisi 6*. Jakarta: Salemba Humanika
- Mitchell, Jolyon and Sophia Marriage. 2003. *Mediating Religion Conversation In Media, Religion and Culture*. London: T&T Clark LTD
- Narbuko, Cholid dan Abu Achmadi. 2001. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara
- Pawito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Jakarta: PT. LkiS Pelangi Aksara
- Pitana, I Gde dan I Ketut Surya Diarta. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset
- Rachmad, Jallaludin. 2001. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Said, Nur. 2002. *Jogja Never Ending Asia, Menggelar Potensi Jogja*. Yogyakarta: PT. Bagassindo
- Sari, Endang S. 1993. *Audience Research: Pengantar Studi Penelitian Terhadap Pembaca, Pendengar, dan Pemirsa*. Yogyakarta: Andi Offset

Sarwono, Jonathan. 2009. *Statistik Itu Mudah: Panduan Lengkap Untuk Belajar Komputasi Statistik Menggunakan SPSS 16*. Yogyakarta: Andi Offset

Sugiarto. 2001. *Teknik Sampling*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Sugiyono. 2005. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta

Suliyanto. 2006. *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: C.V. Andi Offset

Suryabrata, Sumadi. 1998. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada

Thurlow, Crispin; Laura Lagel and Alice Tomic. 2004. *Computer Mediated Communication: Social Interaction and The Internet*. London: SAGE Publications Ltd

Walizer, Michael H; Paul L Wienir; Alih Bahasa Sadiman, Arif Sukadi. 1986. *Metode dan Analisis Penelitian Mencari Hubungan*. Jakarta: Erlangga

Westwood, John. 2004. *How To Write A Marketing Plan*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo

Yuhefizar. 2009. *Cara Mudah Membangun Website Interaktif Menggunakan Content Management System Joomla, Edisi Revisi*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo

JURNAL

Ubjaan, Jusak. 2008. "Pengaruh Produk Wisata, Bauran Promosi dan Motivasi Perjalanan Wisata Terhadap Kunjungan Wisatawan di Kota Ambon" *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Volume 6 Nomor 2. Malang: Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya

SKRIPSI

Kelanohon, Irawati. 2011. *Skripsi: Perancangan Website Sebagai Media Promosi Penginapan LISAR BAHARI AN*. Yogyakarta: AMIKOM

TULISAN YANG TIDAK DITERBITKAN

Sosiawan, Edwi Arief. 2008. "Kajian Internet Sebagai Media Komunikasi Interpersonal dan Massa". Yogyakarta: UPNVY

Kurniawan, Bagus. 2008. Bahan Kuliah Jurnalisme Online

WEBSITE

<http://ceritarara.wordpress.com/2012/02/08/negara-dengan-jumlah-pengguna-internet-terbesar-internet-world-stats/>- Diakses pada 3 September 2013

<http://ceritarara.wordpress.com/2012/02/08/negara-dengan-jumlah-pengguna-internet-terbesar-internet-world-stats/> .Diakses pada tanggal 3 September 2013

