

Submitted 3 Februari 2022
Accepted 25 Februari 2022

PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN KE DAYA TARIK WISATA SUKAWANA SUNRISE

THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA ON THE INTEREST OF TOURISTS VISITING THE ATTRACTION OF SUNRISE VARIETY TOURISM

Ni Putu Ayu Listia Dewi

Diploma IV Manajemen Pariwisata, Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional

ayulistiadewi38@gmail.com

ABSTRAK

Media sosial merupakan salah satu sarana *digital marketing* yang paling mudah untuk digunakan dan dimanfaatkan sebagai salah satu media promosi pariwisata pada masa pandemi COVID-19. Pemanfaatan media sosial sebagai salah satu media promosi pariwisata khususnya pada sebuah daya tarik wisata sangat berperan penting pada masa *new normal* ini. hal tersebut dapat dilihat pada akun media sosial daya tarik wisata Sukawana Sunrise dalam upaya memanfaatkan media sosial sebagai salah satu media promosi untuk menarik minat wisatawan mengunjungi daya tarik wisata Sukawana Sunrise. Penelitian ini berjudul “Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Daya Tarik Wisata Sukawana Sunrise” bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari media sosial terhadap aspek promosi daya tarik Sukawana Sunrise serta untuk mengetahui media sosial yang paling berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan ke Sukawana Sunrise. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan deskriptif kuantitatif yaitu menguji data persepsi wisatawan dengan teknik analisis. Penelitian ini menggunakan data kuantitatif yang diperoleh dengan menggunakan kuesioner. Hasil dari penyebaran kuesioner kepada 100 orang responden berupa data ordinal, data hasil kuesioner harus dikonversi terlebih dahulu dengan MSI sebelum dilanjutkan analisis statistik inferensial. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh media sosial terhadap minat berkunjung ke daya tarik wisata Sukawana Sunrise adalah sebesar 43,2% dengan nilai uji T sebesar $\text{sig } 0,000 < 0,05$, pengaruh koefisien penjaminan menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan. Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial instagram paling berperan dalam aspek promosi terhadap daya tarik wisatawan ke Sukawana Sunrise dengan kontribusi 33%. Dimana pengaruh media sosial instagram tersebut sejalan dengan karakteristik responden yang lebih sering menggunakan media sosial Instagram. Simpulan dalam penelitian ini bahwa adanya pengaruh media sosial dalam aspek

promosi terhadap minat berkunjung wisatawan ke daya tarik wisata Sukawana Sunrise.

Kata kunci : Media Sosial Minat Kunjung

ABSTRACT

Social media is one of digital marketing the easiest tools to use and used as a medium for tourism promotion during the COVID-19 pandemic. The use of social media as one of the media for tourism promotion, especially in a tourist attraction, plays an important role in this period new normal. This can be seen on the social media accounts of the Sukawana Sunrise tourist attraction in an effort to use social media as a promotional media to attract tourists to visit the Sukawana Sunrise tourist attraction. This study entitled "The Effect of Social Media on Tourist Interests in Visiting Sukawana Sunrise Tourist Attractions" aims to determine the influence of social media on the promotion aspect of Sukawana Sunrise's attraction and to find out which social media has the most influence on the interest of tourists visiting Sukawana Sunrise. This research was conducted with a quantitative descriptive approach that is testing tourist perception data with analytical techniques. This study uses quantitative data obtained by using a questionnaire. The results of distributing questionnaires to 100 respondents in the form of ordinal data, the data from the questionnaire results must be converted first to MSI before proceeding with referential statistical analysis. The results in this study indicate that the effect of social media on interest in visiting the Sukawana Sunrise tourist attraction is 43.2% with a T test value of $\text{sig } 0.000 < 0.05$, the effect of the guarantee coefficient indicates that social media has an effect on tourist interest in visiting. This study shows that Instagram social media plays the most role in the promotion aspect of tourist attraction to Sukawana Sunrise with a contribution of 33%. Where the influence of Instagram social media is in line with the characteristics of respondents who use Instagram social media more often. The conclusion in this study is that there is an influence of social media in the promotion aspect on the interest of visiting tourists to the Sukawana Sunrise tourist attraction (Font Times New Roman, 10pt, Rata Kiri Kanan, Spasi Tunggal)

Keywords : Social Media, Visiting Interests

PENDAHULUAN

Media sosial merupakan aplikasi teknologi berbasis web yang dimana memudahkan seseorang untuk berkomunikasi, berpartisipasi, berinteraksi satu sama lain, saling berbagi serta membentuk sebuah jaringan via online (Kaplan, 2010). Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2012 bahwa sebanyak 63 juta masyarakat Indonesia terhubung dengan internet, dan sebanyak 95% masyarakat Indonesia aktif menggunakan media sosial. Situs dari *we are social* tahun 2021 menyebutkan bahwa youtube, whatsapp, facebook, instagram, dan twitter merupakan 5 media sosial yang paling banyak digunakan dan di unduh di Indonesia. Media sosial juga berperan dalam membangun *personal branding* menurut Puntoadi 2011. Dalam industri pariwisata media sosial begitu penting bagi

para pelaku wisata. Manap dan Azharuddin, 2013 menekankan bahwa peran media sosial untuk mengembangkan daerah tujuan wisata. Selain itu media sosial juga berperan sebagai faktor pendorong untuk mempromosikan destinasi wisata. Dengan mempromosikan destinasi wisata melalui media sosial maka calon wisatawan bisa mengetahui secara detail mengenai informasi destinasi wisata tersebut. Sehingga bisa menarik minat berkunjung wisatawan. Minat berkunjung merupakan keinginan untuk melakukan kunjungan atau membeli suatu produk atau jasa menurut Annafik dan Rahardjo, 2012.

Peran media sosial berpengaruh di industri pariwisata di Indonesia dimana dibuktikan dengan data jumlah kunjungan wisatawan di Indonesia berkembang pesat. Menurut kemenparekraf tahun 2019 bahwa jumlah kunjungan wisatawan ke Indonesia sebanyak 16.108.000 pengunjung. Dilihat bahwa jumlah kunjungan wisatawan pada tahun 2020 mengalami penurunan sebanyak 4.052.923 atau sebesar 74,84%, dikarenakan awal tahun 2020 adanya pandemi COVID 19 yang masuk ke Indonesia. Tentunya mengalami dampak tersebut dan membatasi melakukan perjalanan wisata. Destinasi wisata di Indonesia mengalami dampak pandemi COVID 19 tidak terkecuali Pulau Bali. Bali juga mengalami penurunan jumlah kunjungan wisatawan dilihat dari data Badan Pusat Statistik Provinsi Bali tahun 2020 mengalami penurunan sebanyak 59,96%. Pada Bulan Juli pemerintah Bali menerbitkan surat edaran tentang penerapan protokol kesehatan di Era Baru, dimana destinasi wisata di Bali satu persatu dibuka hanya khusus wisatawan domestik saja. Bali memiliki banyak sekali destinasi wisata yang menarik wisatawan untuk berkunjung, salah satunya yaitu daerah Kintamani yang memiliki banyak destinasi. Dalam penelitian ini peneliti mengambil lokasi penelitian di destinasi Sukawana Sunrise yang berlokasi di Desa Sukawana Kintamani Bangli. Sukawana Sunrise ini merupakan destinasi baru yang beroperasi pada awal tahun 2019, Sukawana Sunrise memiliki potensi yang menarik wisatawan dalam mengunjungi destinasi ini.

Sukawana Sunrise menyuguhkan pemandangan Gunung Batur dengan view *sunrise* di pagi hari. Selain itu disediakan beberapa spot foto sebagai pelengkap destinasi tersebut. Sukawana Sunrise juga menyediakan beberapa fasilitas seperti wisatawan bisa melakukan camping, menyewa glamping serta menikmati makanan khas Kintamani yang berada di mini *cafe*. Daya tarik wisata ini mulai dikenal ketika ada seorang fotografer memposting destinasi tersebut dengan hastag #sukawanasunrise (baliexpress.jawa.com). Dari hasil wawancara peneliti dengan pelaku daya tarik wisata Sukawana Sunrise yaitu bersama Bapak Ketut Ardana, mengatakan bahwa jumlah kunjungan wisatawan tiap tahunnya mengalami perubahan. Jumlah kunjungan terbanyak yaitu pada tahun 2020 Bulan Januari sebanyak 4.700 pengunjung mengalami penurunan pada

Bulan Maret dikarenakan adanya pandemi COVID 19. Bapak Ketut Ardana melakukan berbagai cara untuk mempromosikan destinasinya di masa pandemi COVID 19. Bapak Ketut Ardana memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan destinasinya. Dengan memposting video, foto, hashtag, di akun media sosial Sukawana Sunrise. Dalam hal ini dengan fenomena dan fakta yang sebenarnya, maka peneliti mendapatkan permasalahan dimana apakah media sosial dalam aspek promosi menarik minat berkunjung wisatawan ke daya tarik wisata Sukawana Sunrise serta media sosial apa yang paling berperan dalam aspek promosi terhadap daya tarik wisata Sukawana Sunrise. Sehingga peneliti memiliki tujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh media sosial dalam aspek promosi terhadap minat berkunjung wisatawan untuk mengetahui media sosial apa yang paling berperan dalam aspek promosi terhadap minat berkunjung wisatawan ke daya tarik wisata Sukawana Sunrise. Batasan penelitian dalam penelitian ini yaitu hanya mengukur media sosial instagram, facebook, twitter, youtube, dan hanya menyebarkan kuesioner kepada wisatawan domestik yang mengetahui daya tarik wisata Sukawana Sunrise.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini berlokasi di Pura Penulisan Balingkang Banjar Paketan Desa Sukawana Kecamatan Kintamani Kabupaten Bangli. Desa Sukawana terletak di daerah pegunungan dengan ketinggian 1.745 meter di atas permukaan laut. Keadaan iklim Desa Sukawana yaitu beriklim tropis rata-rata 23-26 derajat *celcius*. Curah hujan di wilayah ini termasuk dalam kategori sedang dengan rata-rata 1.800-1.887 mm/tahun atau rata-rata 149 hari kalender. Luas wilayah Desa Sukawana 3.3621 Ha, secara administratif, Desa Sukawana terbagi dalam sembilan wilayah banjar yaitu, Banjar Kuwum, Banjar Kuta Dalem, Banjar Paketan, Banjar Lateng, Banjar Kubasalia, Banjar Desa, Banjar Sukawana, Banjar Tanah Daha, dan Banjar Munduk Lampah. Dalam penelitian ini peneliti memulai pada awal Bulan Maret sampai dengan Bulan Mei. Penelitian ini mengambil populasi dari data jumlah kunjungan terbanyak yaitu pada Bulan Januari tahun 2020 berjumlah 4.700 pengunjung. Dalam menentukan jumlah responden, peneliti menggunakan sampel dengan rumus *Slovin* dengan tingkat kesalahan atau nilai probabilitas sebesar 10%. Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus *Slovin* maka diperoleh ukuran sampel sebanyak 100 responden, dan kuesioner akan disebarkan sebanyak 100 responden yang mengetahui daya tarik wisata Sukawana Sunrise. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis data dan sumber data. Jenis data yang digunakan yaitu jenis data kuantitatif yang nantinya data tersebut berupa angka dengan menggunakan analisis statistik. Sumber data yang digunakan yaitu sumber data primer dan data sekunder. Dimana sumber data primer didapatkan dari wawancara kepada pelaku wisata Sukawana Sunrise, dan sumber data sekunder didapatkan dari hasil menyebarkan

kuesioner kepada 100 responden. Dalam membantu mencari data untuk memenuhi penelitian ini maka peneliti menggunakan teknik pengumpulan data berupa kuesioner, wawancara, dan dokumentasi. Peneliti menggunakan analisis data deskriptif. Peneliti menggunakan analisis uji instrumen penelitian yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Dimana uji validitas yang diuji yaitu 100 responden dengan nilai tabel 0,195, maka nilai r hitung harus lebih besar dari nilai r tabel. Uji reliabilitas yaitu harus lebih besar dari nilai *cronbach Alpha* yaitu 0,6. Peneliti menggunakan uji asumsi klasik yaitu uji normalitas dengan tujuan untuk mengetahui residual memiliki kontribusi kenormalan atau tidak, dimana Ada dua cara untuk mengetahui apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov Test* (Asymp.sig). Residual berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikansi (Asymp.sig) $>0,05$. Sebaliknya, jika nilai signifikansi (Asymp.sig) $<0,05$ maka residual tidak berdistribusi normal. Peneliti juga menggunakan uji korelasi dan uji hipotesis, dimana menggunakan regresi linear sederhana, digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh variabel bebas dengan variabel terikat. Peneliti juga menggunakan koefisien determinasi R^2 dengan tujuan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dimana nanti menggunakan aplikasi SPSS dan yang dilihat yaitu nilai *R Square* (Ghozali, 2018). Peneliti juga menggunakan Uji T dimana nanti untuk menanyakan atau mengetahui hubungan antara dua variabel, dan untuk mengetahui korelasi dari kedua variabel yang diteliti (Sugiyono, 2018). Peneliti juga menggunakan uji pengaruh dominan untuk mengetahui media sosial mana yang paling berperan dalam aspek promosi terhadap minat berkunjung wisatawan ke daya tarik Wisata Sukawana Sunrise.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menyebarkan kuesioner sebanyak 100 responden yang mengetahui daya tarik wisata Sukawana Sunrise. Selanjutnya, setelah melakukan pengumpulan data dan memenuhi jumlah data yang dibutuhkan, peneliti kemudian mendeskripsikan karakteristik responden berdasarkan kuesioner yang disebarkan. Hasil penyebaran kuesioner kepada 100 responden menunjukkan bahwa 55% responden berjenis kelamin laki laki dan 45% responden berjenis kelamin perempuan. Selanjutnya berdasarkan karakteristik usia menunjukkan bahwa sebanyak 26% berusia 16 – 20 tahun, sebanyak 71% menunjukkan usia 21 – 25 tahun, dan sebanyak 3% menunjukkan usia > 25 tahun. Selanjutnya responden yang paling banyak berprofesi sebagai mahasiswa sebanyak 68 responden dengan persentase 68%. Responden yang berprofesi sebagai pelajar sebanyak 3 responden dengan persentase 3%. Responden berprofesi sebagai wiraswasta sebanyak 9 responden dengan persentase 9%. Responden berprofesi sebagai PNS

sebanyak 1 responden dengan persentase 1%, dan responden dengan profesi lainnya sebanyak 19 responden dengan persentase 19%. Selanjutnya responden yang berasal dari Bali sebanyak 79 responden dengan persentase 79%. Responden yang berasal dari luar Bali sebanyak 21 responden dengan persentase 21%. Selanjutnya responden yang memiliki penghasilan atau uang saku <500.000 sebanyak 42 responden dengan persentase 42%. Responden dengan penghasilan atau uang saku 500.000 – 1.500.000 sebanyak 39 responden dengan persentase 39%, dan responden dengan penghasilan atau uang saku >1.500.000 sebanyak 19 responden dengan persentase 19%. Selanjutnya media sosial yang paling banyak dipergunakan oleh responden yaitu instagram dengan persentase 60%. Responden yang menggunakan media sosial facebook sebanyak 23%. Responden yang menggunakan media sosial twitter sebanyak 12%, dan responden yang menggunakan media sosial youtube sebanyak 5%.

Selanjutnya untuk mengetahui seberapa besar pengaruh media sosial dalam aspek promosi terhadap minat berkunjung wisatawan ke daya tarik wisata Sukawana Sunrise, maka peneliti menggunakan analisis koefisien determinasi R^2 .

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10.171	4.126		2.465	.015
Media Sosial	.895	.104	.657	8.633	.000
a. Dependent Variable: Minat Berkunjung					

Tabel 2. Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.657 ^a	.432	.426	6.767191
a. Predictors: (Constant), Media Sosial				

Dari hasil statistik dengan uji regresi linear sederhana diperoleh signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Media Sosial (X) berpengaruh terhadap variabel Minat Berkunjung (Y) dan nilai Koefisien Korelasi (R^2) didapat sumbangan sebesar 43,2% pengaruh media sosial terhadap minat berkunjung wisatawan ke daya tarik wisata Sukawana Sunrise, sedangkan sisanya sebesar 56,8% dipengaruhi oleh variabel diluar dari penelitian ini. Berdasarkan hasil tersebut pengaruh media sosial terhadap minat berkunjung wisatawan ke daya tarik wisata Sukawana Sunrise mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan ke daya tarik Wisata Sukawana Sunrise.

Selanjutnya untuk mengetahui media sosial apa yang paling berperan dalam aspek promosi terhadap minat berkunjung wisatawan ke daya tarik wisata Sukawana Sunrise, maka peneliti menggunakan analisis uji pengaruh dominan.

Tabel 3. Hasil Uji Pengaruh Dominan Media Sosial Instagram

Instagram				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.575 ^a	0.33	0.323	7.348282
a. Predictors: (Constant), Instagram				
b. Dependent Variable: Minat Berkunjung				

Tabel 4. Hasil Uji Pengaruh Dominan Media Sosial Facebook

Facebook				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.521 ^a	0.272	0.264	7.661894
a. Predictors: (Constant), Facebook				
b. Dependent Variable: Minat Berkunjung				

Tabel 5. Hasil Uji Pengaruh Dominan Media Sosial Twitter

Twitter				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.381 ^a	0.145	0.136	8.30174
a. Predictors: (Constant), Twitter				
b. Dependent Variable: Minat Berkunjung				

Tabel 6. Hasil Uji Pengaruh Dominan Media Sosial Youtube

Youtube				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.349 ^a	0.122	0.113	8.412802
a. Predictors: (Constant), Youtube				
b. Dependent Variable: Minat Berkunjung				

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut : Media sosial berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan ke Daya Tarik Wisata Sukawana Sunrise dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, besar pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) sebesar 43,2% dan diketahui nilai t-hitung 8.663. Jika dibandingkan dengan nilai t - tabel yaitu 1.660, maka t- hitung yang diperoleh lebih besar dari t-tabel, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel media sosial memiliki hubungan positif dan berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ke daya tarik wisata Sukawana Sunrise. Media sosial yang paling berperan dalam menarik wisatawan ke Daya Tarik Wisata Sukawana Sunrise adalah media sosial instagram dengan persentase 33%. Media sosial yang memiliki nilai terkecil yaitu youtube dengan persentase 12,2%, didukung dengan media sosial facebook dengan persentase 27,2,%, dan media sosial twitter dengan persentase 14,5%. Adapun saran dari peneliti yaitu, pengelola wisata Sukawana Sunrise sebaiknya memperhatikan setiap hasil postingan instagram yang diunggah, agar menarik wisatawan yang melihat profil instagram wisata Sukawana Sunrise, Perbanyak menggunakan hastag atau tag yang harus dipasang pada setiap postingan. Dengan metode ini akan mempermudah seseorang untuk melakukan pencarian. Semakin banyak

Hastag dan tag yang dipergunakan dalam mengunggah foto atau video di feed instagram, maka semakin besar kemungkinan informasi yang didapatkan oleh wisatawan dengan cepat. Adapun saran dari peneliti untuk pembaca yaitu, Dari hasil penelitian didapatkan bahwa sebesar 56,8% adanya faktor lain yang juga berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan ke Daya Tarik Wisata Sukawana Sunrise . Hal ini dapat dijadikan acuan bagi para pembaca untuk melakukan penelitian lanjutan dengan variabel bebas yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Adinda, S., & Pangestuti, E. (2019). *Pengaruh Media Sosial Instagram@Exploremalang Terhadap Minat Berkunjung Followers Ke Suatu Destinasi (Survei Padafollowers@ Exploremalang)*. Jurnal Administrasi Bisnis
- Amartin, Lita Ayu. 2018. *Pengaruh Akun Instagram @Explorebanten Terhadap Minat Berkunjung (Travelling) ke Tempat Wisata di Banten*. Banten: Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Aprilia, F. (2015). *Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Tempat Wisata "Jawa Timur Park 2" Kota Batu)*. Jurnal Administrasi Bisnis.
- A Yoeti. Oka,2010. *Dasar-dasar Pengertian Hospitality Pariwisata*, PT.Alumni,Bandung.
- Charli, C. O. (2020). *Pengaruh Social Media Marketing, Fasilitas Wisata Dan Citra Destinasi Wisata Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung*. Jurnal Ekobis Tek, 9(2).
- Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2021. Retrieved from <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2019/> (diakses pada tanggal 5 Mei, 2021)
- Kotler, Philip & Armstrong, G. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Digital. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Nifita, Ade Titi dan Dedy Arisontha. (2018) *Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Taman Geopark Kabupaten Merangin*. Jambi: Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. Bandung: CV Alfabeta.

Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: CV Alfabeta.

Sukawana <https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&q=sukawana+Sunrise> (diakses pada tanggal 28 April 2021)

Undang – Undang Dasar Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata