

Pengaruh Media Sosial Akun Instagram @Jjs_Pangkepp terhadap Minat Berkunjung Followers ke Objek Wisata Pangkep

The Effect Of Social Media Instagram Account @Jjs_Pangkepp on Followers Visiting Interests to Pangkep Tourism Objects

Musdalifah¹ Sabaruddin Machmud² dan Raidah Intizar³

Universitas Islam Makassar, Jl Perintis Kemerdekaan Km 9 No 29 Makassar
musdalifadalifa16@gmail.com

Abstract

This study aims to find out how the influence of social media on the Instagram account @jjs_pangkepp on followers' interest in visiting Pangkep tourism objects. The type of research used is quantitative research with data collection techniques through surveys with data analysis Multiple Linear Regression Analysis using SPSS version 20.

The results showed that the influence of social media on the Instagram account @jjs_pangkepp gave a strong and significant positive influence on followers' interest in visiting the Pangkep tourist attraction, the magnitude of the influence given was 61.2% with a sig level. $0.000 < 0.005$. While the remaining 38.8% is influenced by other factors.

Keywords: *endorsement, instagram, tourism*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan guna mengetahui bagaimana Pengaruh Media Sosial Akun Instagram @jjs_pangkepp terhadap Minat Berkunjung Followers ke Objek Wisata Pangkep. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui survey dengan analisis data Analisis Regresi Linear Berganda menggunakan SPSS versi 20. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh media sosial akun Instagram @jjs_pangkepp memberikan pengaruh positif yang kuat dan signifikan terhadap minat berkunjung followers ke objek wisata pangkep, besar pengaruh yang diberikan sebesar 61,2% dengan taraf sig. $0.000 < 0.005$. Sedangkan sisanya sebesar 38,8% di pengaruhi faktor lain.

Kata Kunci: *endorsement, instagram, pariwisata*

PENDAHULUAN

Di era kemajuan media yang semakin pesat sehingga menjadikan kebutuhan dimasyarakat. Di era masa kini masyarakat semakin mudah mendapatkan informasi. Media massa sangat penting dalam komunikasi manusia. Teknologi komunikasi baru disebut new media kini menjadi media informasi dan promosi yang berguna pada masyarakat seperti media sosial.

Berdasarkan data dari WeAreSocial.net dan Hootsuite memiliki 4,54 miliar pengguna media social aktif. Hal ini menunjukkan bahwa media social banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia.

Pada penelitian Markplus Insight yang bertajuk Indonesian netizen Survey yang melakukan survey terhadap 2.150 netizen menjelaskan bahwa Instagram ialah salah satu

media social yang berkembang sangat cepat. Instagram adalah aplikasi digital tempat yang dapat berbagi informasi foto dan video dengan semua orang di dunia. Hal yang menjadi daya tarik bagi masyarakat dalam menggunakan media sosial Instagram ialah karena keragaman konten yang ditampilkan di Instagram, seperti unggahan foto dan video, siaran langsung dan cerita yang berbeda.

Dengan berkembangnya Instagram saat ini, banyak cara yang dapat dilakukan dalam mengaplikasikan Instagram yaitu digunakan untuk mengekspresikan diri dan membagikan banyak hal, kendati demikian Instagram juga dapat digunakan untuk mempromosikan suatu tempat wisata di wilayah tertentu.

Instagram memiliki fitur berbagi foto dan video yang dibubuhkan dengan caption

sehingga membuat postingan menarik dan disukai banyak orang. isi penyampaian pesan pada pengikutnya. Instagram digunakan untuk mempromosikan tempat wisata akan sangat efektif dan menarik minat berkunjung wisatawan.

Media sosial seperti Instagram tentunya dapat mempengaruhi bidang pariwisata. dengan adanya media sosial Instagram akan membantu dalam membagikan informasi teknologi seputar pariwisata berupa video, foto dan teks. Peran Instagram sangat berpengaruh untuk meningkatkan jumlah kunjungan tempat wisata tertentu dikarenakan saat ini pengguna Instagram sangat meningkat.

Kehadiran aplikasi media sosial seperti Instagram memberikan banyak keuntungan terutama bagi orang-orang yang memiliki hobi berwisata atau mengunjungi tempat-tempat yang unik dan menarik. Selain itu, keuntungan lainnya juga didapatkan oleh masyarakat dan pemerintah setempat dikarenakan banyaknya pengunjung yang datang dan mempromosikan lokasi atau tempat wisata tertentu sehingga mulai dikenal banyak oleh masyarakat luas baik lokal maupun mancanegara.

Salah satu daerah yang mulai banyak dikenal karena memiliki keindahan tempat wisata yaitu Kabupaten Pangkep dimana adalah Kabupaten di Provinsi Sulawesi Selatan yang dikenal sebagai salah satu Kabupaten penghasil ikan terbesar di Sulawesi Selatan dan memiliki beragam macam khas kuliner, selain itu Kabupaten Pangkep juga memiliki segudang tempat destinasi yang bisa didatangi baik dari wisatawan lokal bahkan mancanegara yang terdiri dari wisata pulau dan wisata alam. Beberapa tempat wisata pulau yang paling populer di Kabupaten Pangkep adalah Pulau Camba-Cambang, Pulau Badi dan Pulau Panambungan sedangkan wisata alam yang sangat populer di daerah Kabupaten Pangkep adalah Bukit Sorongan, Leang Londrong dan juga Danau Cinta.

Perkembangan media social banyak memunculkan akun-akun untuk menarik followers dimana selalu menampilkan berbagai macam foto dan video untuk memikat daya tarik pengunjung seperti salah satu akun Instagram @jjs_pangkepp yang memiliki followers sekitar 5.337 orang dan terdapat

1.560 postingan post foto dan video (18 Desember 2020). Akun ini membagikan berbagai informasi mengenai berbagai macam daya tarik keindahan suatu destinasi atau suatu tempat wisata. Selain itu, dengan meningkatnya pengguna Instagram saat ini, maka pengelola objek wisata Pangkep memanfaatkan media sosial agar followers akun @jjs_pangkepp memiliki keinginan dan minat untuk mengunjungi tempat wisata Pangkep.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk mengajukan proposal penelitian yang berjudul “pengaruh media sosial akun Instagram @jjs_pangkepp terhadap minat berkunjung followers ke objek wisata Pangkep”.

Sebelumnya terdapat beberapa penelitian tentang pengaruh akun Instagram terhadap minat berkunjung. Salah satunya adalah penelitian Sholikha & Sunarti (2019) yang berjudul Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Followers (Survei Pada Followers Akun Instagram @batuflowergarden.Cobanraisi) yang menunjukkan bahwa Media Sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Berkunjung followers akun Instagram @batuflowergarden.cobanraisi. Indikator variabel Media Sosial yang dipersepsikan paling bagus yaitu indikator connection dengan item yang mempunyai nilai mean tertinggi pada indikator connection yaitu akun Instagram @batuflowergarden.cobanraisi memberikan informasi mengenai daya tarik wisata yang up to date. Sedangkan indikator yang mempunyai pengaruh terendah yaitu indikator communication dengan item terendah adalah akun Instagram @batuflowergarden.cobain menanggapi pertanyaan dari followers.

Selanjutnya, penelitian Putri Raudatul Munawwaroh (2018) Pengaruh Terpaan Media Pada Akun Instagram @Exploresiak Terhadap Minat Kunjungan Wisata Ke Siak Sri Indrapura, dimana membahas mengenai Pengaruh terpaan media terhadap minat kunjungan wisata ke Siak Sri Indrapura hanya sebesar 50,8 %. Sementara sisanya 49,2 % lagi dipengaruhi oleh variable \pm variable lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Artinya

terpaan media akun @Exploresiak berpengaruh terhadap minat kunjungan wisata ke Siak Sri Indrapura. Dengan kategori sedang. Hal ini berarti foto yang diunggah oleh akun @Exploresiak sering dilakukan sehingga walaupun tidak berpengaruh kuat namun responden tetap memahami dan memperhatikan foto yang diunggah oleh akun @Exploresiak sehingga terbentuklah minat kunjungan wisata ke Siak Sri Indrapura.

Selanjutnya, penelitian oleh M. Arif Wicaksono (2017) Berjudul Pengaruh Media Sosial Instagram @Wisatadakwahokura terhadap Minat Berkunjung Followers yang menunjukkan bahwa Media Sosial Instagram wisata dakwah okura mempengaruhi minat berkunjung followers. Variabel media sosial Instagram wisata dakwah okura mempengaruhi minat berkunjung followers sebesar 57.30%. Media sosial Instagram wisata dakwah okura mempengaruhi terhadap Minat Berkunjung followers, dan besarnya pengaruh tersebut berada pada kategori “kuat”.

Penelitian terbaru Sakinah Adinda, Edriana Pangestuti (2019) berjudul Pengaruh Media Sosial Instagram @Exploremalang Terhadap Minat Berkunjung Followers Ke Suatu Destinasi (Survei Pada Followers @Exploremalang)”, yang membahas tentang Media Sosial Instagram @exploremalang mempunyai pengaruh terhadap Minat Berkunjung followers ke sebuah tempat wisata (KampungWarna-WarniJodipan). Media Sosial Instagram yang sangat berpengaruh dominan yaitu indikator hastag yaitu akun @exploremalang yang memberikan pesan dengan menggunakan hastag yang dapat dimanfaatkan untuk menyebarkan foto agar mudah ditemukan follower. Sedangkan pada Minat Berkunjung yang berpengaruh yaitu minat transaksional dimana tertarik untuk mengunjungi serta mengambil foto dengan keunikan KampungWarna-Warni Jodipan.

Berdasarkan penelitian sebelumnya tersebut di atas, maka penelitian ini mendukung Ha:

Terdapat pengaruh media sosial akun Instagram @jjs_pangkepp terhadap minat berkunjung followers ke objek wisata Pangkep.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, yang bertujuan untuk menguji dua variabel. Penelitian ini dilakukan pada followers akun Instagram @jjs_pangkepp, dan dilaksanakan selama dua bulan yaitu pada bulan Juni–Juli 2021.

Populasi dalam penelitian ini didapatkan dari jumlah followers akun @jjs_pangkepp. (18 Desember 2020), yakni sebesar 5337 pengikut Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini digunakan teknik purposive sampling. Sugiyono (2016:85) mengemukakan bahwa “purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu.” Dalam hal ini pertimbangan atau kriteria yang di jadikan sampel dalam penelitian ini ialah pengikut akun Instagram @jjs_pangkepp.

Mengingat jumlah populasi yang tidak di ketahui secara pasti karena jumlah followers yang setiap hari bertambah maka untuk menentukan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus unknown population.

$$n = \frac{Z^2}{4\mu^2}$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

Z = tingkat keyakinan sampel yang dibutuhkan dalam penelitian, pada $\alpha = 5\%$ (derajat keyakinan ditentukan 95%) maka $Z = 1,96$

μ = margin of error tingkat kesalahan yang ditolerir (di tentukan 10%)

Berdasarkan data yang ada, maka penelitian ini memerlukan sampel sebanyak:

$$n = \frac{Z^2}{4\mu^2}$$

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2}$$

$$n = 96,4 \approx 100 \text{ responden}$$

Dari data di atas diperoleh sampel sejumlah 100 orang sebagai responden.

Kuesioner dibagikan melalui googleform karena penulis menganggap semua followers akun @jjs_pangkepp sudah memiliki smartphone dan juga agar lebih mempermudah

peneliti untuk mendapatkan informasi atau data yang dibutuhkan. Variabel diukur menggunakan skala Likert, yakni:

Sangat tidak setuju (STS) – diberi skor 1

Tidak setuju (TS) – diberi skor 2

Netral (N) – diberi skor 3

Setuju (S) – diberi skor 4

Sangat setuju (SS) – diberi skor 5

Dalam penelitian ini digunakan teknik analisis regresi, dimana analisis regresi merupakan analisis yang mengukur pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui apakah media sosial pada akun Instagram @jjs_pangkepp berpengaruh terhadap minat followers mengunjungi objek wisata Pangkep.

Pada penelitian ini, memiliki dua variabel yang di gunakan ialah variabel bebas (media sosial akun Instagram @jjs_pangkepp) dan variabel terikat (minat berkunjung followers).

Berikut merupakan definisi operasional penelitian:

Tabel 1 Definisi operasional

N o	variabel	Indikator	pengukuran
1.	Akun Instagram @jjs_pangkepp	Frekuensi akses	Bisa Melihat, mengakses dan mengikuti akun @jjs_Pangkepp
		Foto	Bisa menarik dan mengundang orang untuk mendatangi objek wisata Pangkep.
		Caption	Mampu memberikan informasi dan mengundang orang untuk mengunjungi objek wisata Pangkep.
2.	Minat Berkunjung	Kognitif	Apakah responden mendapatkan informasi yang baru tentang wisata Pangkep
		Afektif	Apakah responden

	merasa tertarik untuk mengunjungi wisata Pangkep
Konatif	Apakah responden mengunjungi wisata Pangkep
Motif	Apakah alasan responden mengunjungi Kabupaten Pangkep

Instrumen Penelitian dalam penelitian ini akan diuji validitas, reliabilitas, sebelum diuji dalam pengujian hipotesis dengan analisis regresi sederhana.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilaksanakan selama dua bulan yakni bulan Juni sampai Juli, hal ini sesuai dengan kebutuhan peneliti. Pada penelitian ini, peneliti membagikan kuesioner kepada followers akun Instagram @jjs_pangkepp menggunakan google form. Berdasarkan rumus unknown population dimana populasi yang tidak diketahui, maka taraf signifikansi yang digunakan 5%, maka sampel yang seharusnya dibutuhkan berjumlah 100 responden namun responden yang berpartisipasi lebih dari jumlah sampel yakni berjumlah 175 responden, sementara untuk rata-rata responden yang mengisi kuesioner berusia 21,82 tahun, untuk jenis kelamin perempuan berjumlah 112 responden (62,2%) dan laki-laki berjumlah 68 responden (37,8%), dan untuk asli pangkep sebanyak 111 responden (61,7%) sedangkan yang tidak asli pangkep sebanyak 69 responden (38,3%).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan SPSS 20 untuk melakukan uji Analisis Regresi Linier Berganda. Sebelum melakukan Analisis Regresi Linier, peneliti memenuhi syarat-syarat yang harus dipenuhi yaitu uji validitas dan reliabilitas tentang variabel dalam survey. Pada bab hasil penelitian ini, peneliti mendeskripsikan data untuk setiap variabel, hasil pengujian hipotesis, dan temuan yang peneliti dapatkan dalam penelitian.

Sebelum melakukan analisis, penulis menetapkan dua variabel kategori sebagai variabel kontrol yaitu jenis kelamin (terdiri dari jenis kelamin laki-laki dan perempuan), dan asli pangkep (yang terdiri dari asli pangkep dan bukan asli pangkep). Variabel-variabel ini ditetapkan untuk memastikan bahwa penelitian ini tidak ada bias. Bias ialah sebuah penyajian bahan yang berprasangka.

Sebelum menguji hipotesis, penulis melakukan uji-T Independen terhadap dua variabel nominal, hal ini karena kedua variabel tersebut adalah binary scale (hanya terdiri dari dua kategori), yaitu jenis kelamin dan asli pangkep.

Berdasarkan hasil output software SPSS 20, didapatkan hasil uji T bahwa pada nilai rata-rata opini mengenai postingan untuk jenis kelamin perempuan ($M=3.99$, $SD=.76$) lebih rendah dari nilai jenis kelamin laki-laki ($M=4.32$, $SD=.84$) perbedaan ini signifikan $t(130)=-2.71$, $p=.007$. Kemudian nilai rata-rata opini mengenai foto untuk jenis kelamin perempuan ($M=4.36$, $SD=.71$) lebih rendah dari nilai jenis kelamin laki-laki ($M=4.51$, $SD=.80$) namun perbedaan ini tidak signifikan $t(128)=-1.32$, $p=.186$. Selanjutnya untuk nilai rata-rata opini mengenai caption untuk jenis kelamin perempuan ($M=4.12$, $SD=.77$) lebih rendah dari nilai jenis kelamin laki-laki ($M=4.42$, $SD=.82$) namun perbedaan ini tidak signifikan $t(134)=-2.47$, $p=.014$. Dan untuk nilai rata-rata minat berkunjung untuk jenis kelamin perempuan ($M=4.11$, $SD=.71$) lebih rendah dari nilai jenis kelamin laki-laki ($M=4.35$, $SD=.75$) namun perbedaan ini signifikan $t(135)=-2.16$, $p=.032$. Pada kategori jenis kelamin dapat disimpulkan bahwa terdapat bias.

Artinya bahwa terdapat pengaruh signifikan pada nilai rata-rata opini mengenai postingan untuk jenis kelamin yaitu perempuan. Dimana yang mendominasi yaitu jenis kelamin laki-laki yang lebih cenderung memanfaatkan media sosial instagram sebagai referensi dalam mencari tempat wisata untuk berkunjung ke Pangkep.

Output SPSS kategori asli pangkep diketahui pada meanpost untuk asli pangkep ($M=4.10$, $SD=.85$) lebih rendah dari nilai tidak asli pangkep ($M=4.14$, $SD=.73$) namun

perbedaan ini tidak signifikan $t(159)=-331$, $p=.741$. Kemudian meanfoto untuk untuk asli pangkep ($M=4.38$, $SD=.82$) lebih rendah dari nilai tidak asli pangkep ($M=4.47$, $SD=.61$) namun perbedaan ini tidak signifikan $t(171)=-725$, $p=.469$. Selanjutnya untuk meancap untuk asli pangkep ($M=4.19$, $SD=.85$) lebih rendah dari nilai tidak asli pangkep ($M=4.30$, $SD=.71$) namun perbedaan ini tidak signifikan $t(162)=-862$, $p=.390$. Dan untuk meanY asli pangkep ($M=4.27$, $SD=.72$) lebih tinggi dari nilai tidak asli pangkep ($M=4.08$, $SD=.75$) namun perbedaan ini tidak signifikan $t(140)=1.729$, $p=.085$. Pada kategori asli pangkep dapat disimpulkan bahwa tidak ada bias. Artinya responden yang asli pangkep dengan yang tidak asli pangkep terpapar minat berkunjung. Bias maksudnya bahwa media sosial @jjs_pangkepp mempengaruhi minat berkunjung followers yang berlaku untuk populasi yang asli dan yang tidak asli pangkep dalam penelitian ini.

Tabel 2

Output variabel kontrol kategori jenis kelamin

Independent Samples Test											
Levene's Test for Equality of Variances											
t-test for Equality of Means											
		Sig.	F	T	df	Sig.	Sig.	Std.	95% Confidence Interval of the Difference		
										(2-tailed)	Mean Difference
meanfoto	Equal variances assumed	.260	.61	-	178	.007	-.330	62.121	188	-.571	.090
	Unequal variances assumed				13						
	Equal variances assumed										
meanposting	Equal variances assumed	.009	130.4	.009	178	.009	-.330	62.124	97	-.577	.083
	Unequal variances assumed				46						
	Equal variances assumed										
meanY	Equal variances assumed	.009	.96	-	178	.186	-.153	10.115	28	-.380	.40
	Unequal variances assumed				28						
	Equal variances assumed										

Equal	-	128.5	.200	-.15310	.11873	-	.081
varian	1.2	17					.388 83
ces not	89						03
assum							
ed							
mean	Equal	.04	.84	-	178	.014	-.30147
ap	varian	0	1	2.4			.541 .061
	ces	79					45 49
	assum						
	ed						
	Equal	-	134.9	.016	-.30147	.12343	-
	varian	2.4	09				.545 .057
	ces not	42					58 36
	assum						
	ed						
mean	Equal	.32	.57	-	178	.032	-.24407
y	varian	0	2	2.1			.466 .021
	ces	67					36 79
	assum						
	ed						
	Equal	-	135.6	.034	-.24407	.11415	-
	varian	2.1	00				.469 .018
	ces not	38					82 33
	assum						
	ed						

Selanjutnya dilakukan uji validitas untuk menentukan apakah pernyataan layak untuk diteliti menggunakan alat bantu SPSS. Hasil perhitungan uji validitas instrumen penelitian menggunakan SPSS 23 dapat dilihat di bawah ini:

Tabel 3 Uji Validitas

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Pertanyaan 1	.831	.148	Valid
Pertanyaan 2	.746	.148	Valid
Pertanyaan 3	.735	.148	Valid
Pertanyaan 4	.807	.148	Valid
Pertanyaan 5	.795	.148	Valid
Pertanyaan 6	.810	.148	Valid
Pertanyaan 7	.830	.148	Valid
Pertanyaan 8	.828	.148	Valid
Pertanyaan 9	.858	.148	Valid
Pertanyaan 10	.847	.148	Valid
Pertanyaan 11	.754	.148	Valid
Pertanyaan 12	.777	.148	Valid
Pertanyaan 13	.700	.148	Valid
Pertanyaan 14	.780	.148	Valid
Pertanyaan 15	.777	.148	Valid
Pertanyaan 16	.736	.148	Valid
Pertanyaan 17	.798	.148	Valid
Pertanyaan 18	.865	.148	Valid
Pertanyaan 19	.820	.148	Valid
Pertanyaan 20	.842	.148	Valid

Sumber: Data diolah, 2021

Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan handal atau reliabel apabila jawaban seseorang terhadap pernyataannya konsisten atau stabil dari waktu

ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistic Cronbach's Alpha.

Berdasarkan perhitungan SPSS 23 pada tabel Reliability Statistics, nilai Cronbach's Alpha setiap item variabel pada instrument tersebut adalah sangat reliable, Media sosial ($\alpha = .95$), dan minat berkunjung ($\alpha = .90$). Jadi dapat digunakan sebagai alat ukur yang stabil dan menunjukkan bahwa responden memiliki konsistensi.

Uji Hipotesis

Selanjutnya penulis menguji hipotesis melalui analisis regresi dengan bantuan SPSS. Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Ha: Terdapat pengaruh media sosial akun Instagram @jjs_pangkepp terhadap minat berkunjung followers ke objek wisata Pangkep.

Hipotesis pada penelitian ini diuji dengan analisis regresi linear berganda. Hipotesis berguna untuk mengetahui pengaruh media sosial akun Instagram @jjs_pangkepp terhadap minat berkunjung followers ke objek wisata Pangkep. Melalui uji regresi linear di SPSS, tabel berikut akan dijelaskan hasil perbandingan tersebut, kemudian ditarik sebuah kesimpulan apakah menolak atau menerima hipotesis.

Pada output Model Summary tertulis nilai Adjusted R-square yang mempunyai nilai 0,612 yang artinya persentase sumbangan pengaruh variabel media sosial @jjs_pangkepp terhadap minat berkunjung sebesar 61,2%, sedangkan sisanya sebesar 38,8% dipengaruhi oleh variabel external.

Pada output Model Summary tertulis Standard Error of the Estimate mempunyai nilai .462. Standard Error of the Estimate adalah ukuran kesalahan prediksi. Dalam kasus ini, kesalahan dapat terjadi dalam memprediksi nilai minat berkunjung sebesar .462.

Berdasarkan output Coefficientsa diperoleh kesimpulan yang menjelaskan bahwa hubungan antara media sosial @jjs_pangkepp dan minat berkunjung signifikan atau berhubungan.

Kriteria Pengujian:

Jika taraf nilai Sig.> 0,05, maka Ho diterima.

Jika taraf nilai $\text{Sig.} \leq 0,05$, maka H_0 ditolak.

Pada output ANOVA tertulis bahwa taraf nilai Sig. 0,000 dan taraf 5%. Dari tabel di atas diketahui bahwa nilai $\text{Sig.} = 0,000 < 0,05$. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya bahwa variabel media sosial akun Instagram @jjs_pangkepp (X) mempengaruhi variabel minat berkunjung (Y) sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara media sosial @jjs_pangkepp terhadap minat berkunjung. Seperti yang telah dijelaskan dalam paragraf sebelumnya bahwa media sosial @jjs_pangkepp memberikan pengaruh sebesar 61,2% terhadap minat berkunjung, sedangkan sisanya 38,8% dipengaruhi oleh variabel lain di luar media sosial.

Media sosial Instagram sebagai sebuah platform yang memuat beragam informasi terutama informasi dimana terkait beragam destinasi wisata yang ada di Kab. Pangkep yang disajikan melalui akun @jjs_pangkepp.

Saat ini tingkat kunjungan ke tempat-tempat wisata semakin meningkat, oleh karena itu dibutuhkan sebuah media untuk membantu memperkenalkan wisata tertentu khususnya di Kab. Pangkep kepada masyarakat lokal maupun mancanegara, salah satunya dengan memanfaatkan media sosial Instagram untuk meningkatkan kunjungan wisatawan. Dalam media sosial Instagram ada beberapa hal yang harus di perhatikan agar dapat menarik minat berkunjung wisatawan, dimana dalam penelitian ini ada tiga elemen yang mendukung dalam media sosial Instagram yaitu frekuensi akses, foto dan caption. Ketiga hal tersebut merupakan indikator yang menjadi patokan peneliti untuk dapat menarik perhatian wisatawan berkunjung. Berikut penjelasan masing-masing 3 indikator media sosial Instagram yang dilakukan pada 175 responden yang berasal dari followers dari akun @jjs_pangkepp, yaitu:

Dalam frekuensi akses, menunjukkan bahwa followers @jjs_pangkepp sering mengakses media sosial dalam kesehariannya, kemudian memanfaatkan media sosial untuk mencari informasi terbaru terkait tempat wisata. Semakin sering seseorang mengakses media sosial dalam kesehariannya maka semakin

banyak informasi yang orang tersebut terima dari media sosial.

Dalam melihat foto, menunjukkan bahwa mayoritas responden lebih menyukai melihat foto didalam sebuah akun Instagram. Foto yang dilihat dapat menimbulkan rasa ingin mengunjungi tempat yang ada dalam foto tersebut. Hal ini memungkinkan seseorang sering mengamati dan melihat tempat yang bagus untuk didatangi melalui informasi yang beredar dimedia sosial.

Dalam caption, mayoritas responden lebih sering mencari dan memperjelas informasi yang dibutuhkan. Dalam pemanfaatan media sosial Instagram gambar tempat wisata yang diposting dapat menarik perhatian melalui caption yang ditambahkan, dimana pesan singkat yang di perjelas pada gambar yang dimaksud. Dengan begitu informasi yang didapatkan lebih jelas di media sosial Instagram.

Hal ini didukung dengan hasil penelitian terdahulu (Wicaksono, 2017) Berjudul Pengaruh Media Sosial Instagram @Wisatadakwahokura terhadap Minat Berkunjung Followers. Berdasarkan kajian teoritik dan hasil analisis data, maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh Media Sosial Instagram wisata dakwah okura terhadap minat berkunjung followers yang mana memiliki pengaruh variabel media sosial Instagram wisata dakwah okura terhadap minat berkunjung followers adalah sebesar 57.30%. Media sosial Instagram wisata dakwah okura berpengaruh terhadap Minat Berkunjung followers, dan besarnya pengaruh dengan kategori “kuat”.

Dari hasil penelitian terhadap followers akun @jjs_pangkepp diketahui bahwa mereka merasa tertarik dengan adanya informasi dari fitur-fitur Instagram yang memberikan informasi yang belum diketahui oleh banyak pengguna tentang tempat wisata yang sangat menarik untuk dikunjungi.

Informasi yang sangat cepat diketahui melalui dimedia sosial khususnya Instagram yang menyajikan informasi terkait tempat-tempat wisata yang tersebar luas di daerah.

Philip dan Kevin Keller (2012:568) mengatakan bahwa “media sosial adalah sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi

teks, gambar, video, dan audio dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya". Kemampuan untuk melihat peran media sosial sangat dibutuhkan, sebab semakin majunya perkembangan, maka semakin terampil pula para pengguna dituntut dalam menilai media sosial yang di sajikan.

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan menunjukkan bahwa media sosial Instagram mempengaruhi minat berkunjung followers nya. Seseorang yang paham menggunakan media sosial akan paham bagaimana melihat sebuah informasi yang disajikan dalam media sosial. Dalam penelitian ini yang dilakukan pada followers akun @jjs_pangkepp menunjukkan bahwa ada pengaruh yang sangat besar dari media sosial untuk menarik minat followers mengunjungi sebuah objek wisata.

Pengaruh yang dihasilkan sebesar 61,2%, hasil tersebut menandakan bahwa media sosial memiliki pengaruh positif yang kuat untuk menarik minat berkunjung wisatawan. Namun perlu digaris bawahi bahwa dalam penelitian ini ditemukan bias, di mana didapatkan hasil bahwa nilai rata-rata minat mengunjungi untuk jenis kelamin laki-laki setelah melihat postingan akun Instagram @jjs_pangkepp dengan nilai ($M=4.32$, $SD=.84$), hal ini menunjukkan bahwa jenis kelamin laki-laki lebih cenderung memanfaatkan media sosial Instagram untuk mencari referensi wisata dibandingkan dengan jenis kelamin perempuan dengan nilai ($M=3.99$, $SD=.76$).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan penulis mengenai media sosial @jjs_pangkepp terhadap minat berkunjung, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Media sosial Instagram mempengaruhi minat berkunjung followers untuk mengunjungi sebuah destinasi wisata. Setelah perhitungan uji hipotesis, maka didapatkan pengaruh media sosial akun Instagram @jjs_pangkepp terhadap minat berkunjung followers ke objek wisata pangkep memiliki hubungan positif yang kuat dan signifikan. Pengaruh yang dihasilkan adalah sebesar 61,2% sedangkan sisanya disebabkan oleh

faktor lain. Hal ini menandakan bahwa media sosial Instagram sangat mempengaruhi seseorang untuk mengambil keputusan dalam berkunjung ke suatu tempat wisata. Dan dalam penelitian ini memiliki bias yang terdapat pada kategori jenis kelamin laki-laki yang artinya jenis kelamin laki-laki lebih cenderung memanfaatkan media sosial untuk menjadikannya referensi saat akan berwisata.

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan dapat menjadi masukan yang positif. Adapun saran tersebut yaitu:

Diharapkan hasil penelitian ini bisa menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya khususnya yang berkaitan dengan media sosial akun Instagram terhadap minat berkunjung followers ke objek wisata dengan menggunakan metode penelitian lain dengan wawancara langsung.

Dari hasil penelitian ini terbukti bahwa media sosial mempunyai pengaruh yang sangat besar dalam minat berkunjung ke objek wisata, maka diharapkan media sosial dapat dijadikan alat media untuk promosi sekaligus memperkenalkan objek wisata yang ada di suatu daerah.

Perlu adanya penelitian lebih lanjut pula mengenai kecenderungan laki-laki untuk menggunakan media sosial sebagai referensi berwisata dibandingkan perempuan, ini dapat dibahas dalam penelitian kualitatif yang mewawancarai baik laki-laki dan perempuan mengenai kebiasaan berwisata mereka, dan bagaimana peranan media sosial terhadap kebiasaan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Adinda, S. & Pangestu, E. (2019). Pengaruh Media Sosial Instagram @Exploremalang Terhadap Minat Berkunjung Followers Ke Suatu Destinasi (Survei Padafollowers @exploremalang) Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol. 72 No. 1 diakses pada 19 desember 2020 dari : <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2852>
- Munawwaroh, PR (2018), Pengaruh terpaan media pada akun Instagram @exploresiak terhadap minat

kunjungan wisata ke siak sri indrapura. Jurnal Administrasi Bisnis.VOL. 5 NO. 1. Diakses pada 16 Desember 2020, dari <https://media.neliti.com/media/publications/199786-none.pdf>

- Puspitasari, AR. (2018). Pengaruh buzz marketing terhadap minat beli konsumen pada chocolicious dikota Makassar. Diakses pada 14 Juli 2021, dari: <http://eprints.unm.ac.id/id/eprint/10873>
- Sholikha, E.A & Sunarti (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Followers (Survei Pada Followers Akun Instagram @batuflowergarden.Cobanraja). Vol 70, No 1 (2019) diakses pada 21 Desember 2020 dari: <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2809>
- Sugiyono. 2015. Metode penelitian pendidikan : Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D . Bandung : Alfabeta.
- Trirahayu, AA. & Putri, BPS. (2019). PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @AMAZINGTASIKMALAYA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG FOLLOWERS KE OBJEK WISATA TASIKMALAYA. eProceedings of Management. Vol 6 No. 2. Diakses pada 15 Desember 2020, dari <https://core.ac.uk/download/pdf/299932072.pdf>
- We Are Social. (2020). Indonesia Digital Report 2020. Di akses pada 16 Desember 2020 dari <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/>
- Wicaksono, M.A. (2017). Pengaruh Media Sosial Instagram @Wisatadakwahokura Terhadap Minat Berkunjung Followers. Jomfisip vol.4 No. 2 diakses pada 20 desember 2020 dari: <https://media.neliti.com/media/publications/183848-ID-pengaruh-media-sosial-Instagram-wisatada.pdf>