

PENGARUH TERPAAN MEDIA DAN KONTEN AKUN INSTAGRAM @pesona.indonesia TERHADAP MINAT WISATA FOLLOWERS

Samiya Salsabila

Progam Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma, Depok, Indonesia

Contact: samiya.salsabila.17@gmail.com

ABSTRACT

Exposure is the intensity of the audience's state when they encounter messages disseminated by a media outlet. The measurement of media exposure to message reception can be observed from three dimensions: Frequency, Attention, and Duration. In the era of social media, driven by content, visuals, images, or videos play a key role in attracting the interest of followers. Content is a fundamental element of social media. Consequently, content becomes public consumption material, especially on new media platforms like Instagram. Users utilize social media to promote or brand themselves to be recognized and eventually attract followers' interest. There are many beautiful places in Indonesia with stunning natural landscapes that are still relatively unknown. An Instagram account like @pesona.indonesia helps to address this by showcasing these locations. With the increasing number of people interested in visiting tourist destinations and the growth of Instagram accounts focusing on travel, this study aims to determine the impact of media exposure and the content of the Instagram account @pesona.indonesia on followers' travel interest. Using the Uses and Effects Theory, which analyzes the impact of media exposure and content on followers' perceptions, the research employs a quantitative method with multiple linear regression analysis. The sample consists of 400 followers of the Instagram account @pesona.indonesia, aged between 10 and 37 years. The results indicate that media exposure and content from the Instagram account @pesona.indonesia contribute 20.5% to the influence on followers' travel interest, while the remaining 79.5% is influenced by other variables not observed in this study. The conclusion of this research is that there is a simultaneous influence of media exposure and content on the Instagram account @pesona.indonesia regarding followers' travel interest.

Keywords: Instagram, Content, Media Exposure, Travel

ABSTRAK

Terpaan merupakan insensitas keadaan khalayak dimana terkena pesan-pesan yang disebarkan oleh suatu media. Alat mengukur terpaan media terhadap penerimaan pesan dapat diamati dari tiga dimensi yaitu Frekuensi, Atensi, dan durasi. Dalam era media sosial yang didorong adanya konten yang dibantu dengan adanya visual, gambar atau video memainkan peran kunci untuk menarik minat pengikut atau followers. Konten merupakan salah satu bahan dasar dari media sosial. dengan inilah konten akan menjadi konsumsi public nantinya terutama dalam media baru seperti media sosial Instagram. Penggunaan sosial media ini bagi para user adalah untuk mempromosikan atau membranding agar dapat diketahui dan nantinya diminati oleh pengikut. Banyak sekali tempat indah di Indonesia, alam yang indah yang masih jarang orang ketahui dengan hal ini akun Instagram @pesona.indonesia Dengan bertambahnya orang yang berkeinginan berkunjung ke tempat wisata dan juga dengan perkembangan akun istagram yang membahas tempat wisata. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Terpaan media dan Konten akun Instagram @pesona.indonesia terhadap Minat wisata Followers. Dengan

Contact: yulandatrisula@unram.ac.id

Diterbitkan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mataram, Indonesia

menggunakan Teori Uses and Effect yang menganalisis pengaruh terpaan media dan konten terhadap persepsi followers. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier berganda. Sampel dalam penelitian ini terdiri dari 400 followers akun Instagram @pesona.indonesia dengan rentang usia 10-37 tahun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Terpaan Media dan Konten akun Instagram @pesona.indonesia berkontribusi sebesar 20,5% dalam mempengaruhi Minat Wisata Followers, sedangkan sisanya sebesar 79,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diamati dalam penelitian ini. Kesimpulan dari penelitian ini adanya pengaruh terpaan media dan konten pada akun instagram @pesona.indonesia terhadap minat wisata followers secara simultan.

Kata Kunci: Instagram, Konten, Terpaan Media, Wisata

Pendahuluan

Fenomena media sosial saat ini sangat di minati khalayak untuk diakses, Hampir tidak mungkin masyarakat tidak terkena paparan media. tanpa disadari, media dengan segala kontennya hadir menjadi bagian didalam hidup manusia. Seiring kehadirannya, media semakin beragam dan berkembang. Awalnya komunikasi dalam media berjalan hanya searah, dalam arti penikmat media hanya bisa menikmati konten yang disajikan oleh sumber media. Media sosial bisa dikatakan telah masuk ke dalam diri masyarakat dan menjadi kebutuhan, mulai dari anak hingga orang tua. Dan media sosial saat ini sedang (berada) dalam kondisi yang sangat tinggi intensitas penggunaan dalam kehidupan masyarakat (Primasti & Dewi, 2018).

Komunikasi massa memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat, juga mempengaruhi kehidupan bermasyarakat. Komunikasi massa juga bermanfaat untuk menginformasi kan suatu informasi tentang peristiwa dan kondisi yang sedang terjadi dimasyarakat disini lah peran komunikasi massa dalam menyebarkan suatu informasi dalam jangkauan yang luas. Perkembangan teknologi komunikasi juga telah mendorong perkembangan yang sangat pesat dengan adanya sebuah internet masyarakat kini dapat dengan mudah mencari dan mendapatkan sebuah informasi (Rasyid, 2019).

Pemanfaatan koneksi internet sebagai salah satu media informasi yang dapat menjangkau khalayak lebih banyak. Media sosial ialah sarana, untuk kita bisa terhubung dengan semua orang dari berbagai belahan dunia dan juga memberikan kemudahan dalam mengakses informasi dan juga mendukung kemudahan orang untuk melakukan perjalanan maka terdapat peluang yang sangat besar bagi pertumbuhan industri pariwisata. Media sosial dirancang untuk memperluas interaksi sosial manusia melalui penggunaan internet dan teknologi web (Suryani, 2020).

Terpaan merupakan insensitas keadaan khalayak dimana terkena pesan-pesan yang disebarkan oleh suatu media. Terpaan media berusaha mencari data khalayak tentang kegunaan media baik jenis media, frekuensi penggunaan maupun durasi penggunaan longevity (Rozak, 2019). untuk mengukur terpaan media terhadap penerimaan pesan dapat diamati dari tiga dimensi yaitu Frekuensi, Atensi, dan durasi (Amalia, Jamanie & Arsyad, 2019). Dalam era media sosial yang didorong adanya konten yang dibantu dengan adanya visual, gambar atau video memainkan peran kunci untuk menarik minat pengikut atau followers.

Konten merupakan salah satu bahan dasar dari media sosial. dengan inilah konten akan menjadi konsumsi public nantinya terutama dalam media baru seperti media sosial Instagram. Instagram kini menjadi platform yang menjadikan para user mengedukasi, dan membrandingkan diri/individu, brand ataupun pariwisata. Peranan atau fungsi *Instagram* cukup besar. Untuk pariwisata sendiri, banyak traveler sekarang ikut mulai berwisata setelah melihat foto di *Instagram*. Instagram dianggap efektif sebagai media online dalam meningkatkan visibilitas produk dengan menggunakan foto dan gambar, dan telah terbukti berperan signifikan dalam menarik minat konsumen (Saputra & Kusumaningrum, 2022).

Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata dinyatakan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung berbagai fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Dengan hal ini pemerintah setiap negara memiliki akun Instagram untuk mempromosikan wisata yang ada didalam negaranya, begitu juga negara Indonesia dengan akun Instagram @pesona.indonesia, memperkenalkan keindahan alam yang ada di Indonesia untuk menarik minat para wisatawan baik dalam negeri maupun luar negeri.

Akun Instagram @pesona Indonesia sebagai media yang berfokus pada penyebaran informasi tentang keindahan pariwisata yang dimiliki Indonesia. Akun Instagram @pesona.indonesia menggunakan isi konten dengan berbagi informasi yang menarik dengan menampilkan keindahan alam Indonesia yang dikemas atau ditampilkan dari berbagai sisi. Keberadaan akun Instagram @pesona.indonesia sudah cukup terkenal dari berbagai kalangan dengan jumlah postingan 6.403 dan dengan pengikut atau followers 1.1juta orang dan mengikuti 219 akun. Akun Instagram @pesona.indonesia dibawah Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dimana di akun ini dipegang aktif oleh Kementrian RI.

Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Terpaan Media dan Konten Akun Instagram @Pesonaindonesia Terhadap Minat Wisata Followers"

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey. Objek dalam penelitian ini adalah akun instagram @pesona.indonesia dengan subjek penelitian yaitu followers atau pengikut akun Instagram @pesona.indonesia. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 400 responden, dengan teknik penentuan sampling menggunakan purposive sampling yaitu dengan kriteria: Followers dari akun Instagram @pesona.indonesia dan Memiliki Akun Instagram. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dengan menggunakan skala likert. Skala yang digunakan yaitu sangat tidak setuju (1), tidak setuju (2), setuju (3), dan sangat setuju (4). Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji regresi linier berganda, uji koefisien determinasi, dan uji f (simultan).

Hasil dan Pembahasan

Dapat dilihat dari hasil pengumpulan data kuesioner yang disebar ke 400 responden yang memiliki kriteria sesuai dengan kriteria yang ditentukan oleh peneliti yaitu dari jenis kelamin laki-laki dan perempuan yang dimana laki-laki memperoleh presentase sebesar 38,5% dan perempuan memperoleh presentase sebesar 61,5%. Dari segi usia, rentang usia 10-18

memperoleh presentase sebesar 3%, rentang usia 19-27 memperoleh presentase sebesar 68,5%, rentang usia 28-36 memperoleh presentase sebesar 22,3%, dan rentang usia > 36 memperoleh presentase sebesar 6,3% hal ini menunjukkan bahwa rentang usia 19-27 lebih aktif menggunakan Instagram.

Tabel 1. Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Hasil Presentase
Laki-laki	38,5%
Perempuan	61,5%

Tabel 2. Rentang Usia Responden

Rentang Usia	Hasil Presentase
10-18	3%
19-27	68,5%
28-36	22,3%
> 36	6,3%

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu prosedur yang bertujuan untuk menentukan keabsahan atau validnya alat ukur. Alat ukur yang dimaksud dalam hal ini adalah pertanyaan-pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner. Suatu kuesioner dapat dianggap valid jika pertanyaan-pertanyaannya dapat secara efektif mengukur variabel yang hendak diukur oleh kuesioner tersebut (Janna, 2021). Uji validitas dilakukan kepada 30 responden. Setelah data diperoleh, kemudian dianalisis menggunakan bantuan program SPSS. Hasil pengujian validitas dari masing-masing variabel > 0,361, maka dapat disimpulkan ketiga variabel tersebut dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan setiap butir pernyataan yang mewakili variabel dalam kuesioner. Jika Cronbach's Alpha > 0.60, maka item-item pernyataan tersebut dapat dikatakan reliabel. Uji reliabilitas dilakukan kepada 30 responden. Setelah data diperoleh, kemudian dianalisis menggunakan bantuan program SPSS. Hasil pengujian reliabilitas pada Nilai Cronbach Alpha dari masing-masing variabel > 0,60, maka dapat disimpulkan ketiga variabel tersebut dinyatakan reliabel.

3. Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk mengetahui sebuah variabel berdistribusi normal atau tidak. Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas yaitu jika nilai signifikansi > 0,05 maka data tersebut berdistribusi normal, sebaliknya jika nilai signifikansi < 0,05 maka data tersebut tidak berdistribusi normal. Hasil pengujian diketahui nilai Asymp Sig. (2-tailed) sebesar 0,058. Dimana nilai 0,058 > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

4. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau variabel independen. Apabila nilai VIF > 10 atau tolerance

$< 0,10$, maka dapat dinyatakan terjadi gejala multikolinearitas, sebaliknya Apabila nilai VIF < 10 atau tolerance $> 0,10$ maka dapat dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Tabel 3. Hasil uji multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Konten	0,905	1,105
Kualitas Informasi	0,905	1,105

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai tolerance yang dimiliki variabel X1 (terpaan media) dan variabel X2 (konten) sebesar 0.905, sedangkan nilai VIF pada variabel X1 (terpaan media) dan variabel X2 (konten) sebesar 1.105. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadinya gejala Multikolinearitas.

5. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji Glesjer.

Tabel 4. Hasil uji heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.537	1.277		1.987	.048
Terpaan media	.160	.105	.211	1.519	.130
Konten	-.062	.046	-.184	-.1325	.186

Berdasarkan hasil pengujian dapat diketahui bahwa nilai signifikansi (Sig.) dari variabel terpaan media (X1) sebesar 0,130 yang dimana nilai tersebut lebih dari 0,05, dan nilai signifikansi (Sig.) pada variabel konten (X2) sebesar 0,186 yang dimana nilai tersebut lebih dari 0,05. Berdasarkan pemaparan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

6. Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel independen yaitu Konten (X1) dan Kualitas Informasi (X2) terhadap suatu variabel dependen yaitu Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y) . Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda diperoleh data sebagai berikut :

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	11.829	2.142		5.522	.000
Terpaan media	.213	.091	.191	2.336	.000

Konten	.173	.051	.280	3.418	.001
--------	------	------	------	-------	------

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dirumuskan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$= 11.829 + .213 + .173 + e$$

Berdasarkan persamaan tersebut, dapat diartikan bahwa konstanta (a) sebesar 11.829 artinya nilai konstanta variabel minat wisata (Y) bernilai positif sebesar 11.829. Kemudian koefisien regresi variabel (b1) sebesar 0.213 menunjukkan bahwa koefisien bernilai positif yang artinya terjadi hubungan positif antara terpaan media (X1) dan konten (X2) terhadap variabel minat wisata (Y). selanjutnya koefisien regresi variabel (b2) sebesar 0.173 menunjukkan bahwa koefisien bernilai positif yang artinya terjadi hubungan positif antara terpaan media (X1) dan konten (X2) terhadap variabel minat wisata (Y). Maka dapat disimpulkan bahwa Terpaan Media dan Konten pada Akun Instagram @pesona.indonesia berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pemenuhan Minat Wisata Followers. Hal ini dapat dilihat dari persamaan tersebut yaitu, $Y = 11.829 + 0.213 + 0.173 + e$.

7. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R Square) bertujuan untuk menguji seberapa besar presentase pengaruh variabel independen atau bebas terhadap variabel dependen atau terikat dalam satuan persen pada sebuah model regresi penelitian.

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.453 a	.205	.201	4.14513

Berdasarkan hasil pengujian dapat diketahui bahwa Nilai R Square sebesar 0.205 menunjukkan bahwa terpaan media dan konten pada akun instagram @pesona.indonesia memberikan pengaruh sebesar 20,5% terhadap minat wisata followers. Sedangkan sisanya 79,5% (100% - 20,5%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

8. Uji F (simultan)

Uji F dilakukan untuk mengetahui seberapa berpengaruhnya variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama, yaitu dapat dilakukan dengan membandingkan f hitung > f tabel maka terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y. diketahui bahwa nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel ($51.132 > 0.318$) dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05 yaitu < 0.000 . Sehingga pengujian hipotesis penelitian ini adalah H_a diterima dan H_o ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang simultan antara variabel Terpaan Media (X1) dan Konten (X2) terhadap Minat Wisata Followers (Y).

Berdasarkan hasil analisis diatas dilakukan dapat disimpulkan bahwa media sosial Instagram @pesona.indonesia berperan aktif dalam memberikan dan menyajikan konten yang estetik dan menarik untuk menarik minat wisata yang memberikan pengaruh positif dan signifikan. Dengan demikian para followers menggunakan akun Instagram @pesona.indonesia dalam mencari tempat wisata di indonesia.

Simpulan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak yang artinya terdapat pengaruh terpaan media dan konten pada akun instagram @pesona.indonesia terhadap minat wisata followers secara simultan. Hubungan antara terpaan dan konten pada akun instagram @pesona.indonesia terhadap Minat Wisata followers memiliki hubungan korelasi yang lemah tetapi masih memiliki hubungan meskipun nilainya kecil

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengungkapkan rasa terima kasih kepada seluruh responden yang meluangkan waktu dan membantu serta memberi dukungan hingga penelitian ini dapat berjalan dengan baik dan lancar.

Daftar Pustaka

Jurnal

- Janna, N. M. (2021). Konsep Uji Validitas dan Reliabilitas Dengan Menggunakan SPSS. Sekolah Tinggi Agama Islam Darul Dakwah Wal-Irsyad.
- Parameswar, W. D. (2023). Pengaruh terpaan media dan kualitas informasi akun Instagram @giladiskon terhadap pemenuhan kebutuhan informasi folowers . *Pengaruh terpaan media dan kualitas informasi akun Instagram @giladiskon terhadap pemenuhan kebutuhan informasi folowers* , 21-41.
- Perhana, R. (2023). Pengaruh terpaan media dan brand images terhadap minat beli folowers instagram @kopikenangan.id . *Pengaruh terpaan media dan brand images terhadap minat beli folowers instagram @kopikenangan.id* , 32-57.
- Primasti, D., & Dewi, S. I. (2018). Pengaruh media sosial terhadap penyimpangan perilaku remaja (cyberbullying). *Reformasi*, 7(2).
- Rasyid, Novian & Yusriyah Kiayati. 2019. Strategi Media Online Lensa Timur dalam Mengangkat Kearifan Lokal (Studi Kasus Pariwisata Indonesia Timur). *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 88-109
- Shera Aske Cecariyani, Gregorius Genep Sukendro. (2018). Analisis Strategi Kreatif dan Tujuan Konten Youtube (Studi Kasus Konten Prank Yudist Ardhana). *Analisi Strategi Kreatif dan Tujuan Konten Youtube (Studi Kasus Konten Prank Yudist Ardhana)*, 2, 495-502.
- Steffi Priani Sugi, Astia Outri. (2017). Pengaruh Nation Branding 'Pesona Indonesia' terhadap Prefensi Tujuan Wisata Masyarakat Kota Bandung. *engaruh Nation Branding 'Pesona Indonesia' terhadap Prefensi Tujuan Wisata Masyarakat Kota Bandung*, 11, 61 - 76.
- Sumiati, I. (2023). Pengaruh Daya Tarik Content Marketing, Content Review, Desain Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli pada Tas Merek Tasenyong. *Pengaruh Daya Tarik Content Marketing, Content Review, Desain Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli pada Tas Merek Tasenyong*, 11, 1-79.
- Yahya, A. (2024). Pengaruh Terpaan Media dan Konten Akun Instagram @Jajambeken terhadap minat beli Folowers. *Pengaruh Terpaan Media dan Konten Akun Instagram @Jajambeken terhadap minat beli Folowers*, 36-44.