

## Pengaruh instagram @exploresubang terhadap keputusan berkunjung ke tempat wisata Ciater

Nurpitriah\*, Eka Yusup, Ema

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Singaperbangsa Karawang, Indonesia

\*Email: @nur.pitriah17003@student.unsika.ac.id

Diterima: 1 Juli 2021; Direvisi: 27 Oktober 2023; Terbit: 31 Oktober 2023

### Abstract

*The development of the times makes human life need to adapt to the advancement of increasingly complex technological tools. Instagram is a photography-based social networking service that makes it easy to take and view photos or videos, then share them with other people using the internet network, so that the information conveyed can be received quickly. Social media in modern times has become one of the most popular communication media. Ciater's travel uploads on Instagram @exploresubang are a form of information provided in the form of photos, videos, and text which contains descriptive reviews in the form of captions. The purpose of this study is to find out how the influence that occurs between Instagram @exploresubang on the decision to visit Ciater tourist attractions. This study uses a quantitative method with a simple linear regression analysis method and is supported by new media theory. Data collection techniques through questionnaires and literature studies. The sample in this research is the Subang Unsika student association community, namely 129 users who are Instagram followers @exploresubang. The results of the analysis show that the coefficient value is positive, which means that this variable has a positive effect on the decision to visit Ciater tourism. The magnitude of the influence of these three variables (intensity, message content and attractiveness) on the decision to visit can explain the dependent variable (decision to visit) of 58.9%. This fact shows that these variables are the dominant aspects in influencing the decision to visit Ciater tourism.*

**Keywords:** Instagram; social media users; decision; followers.

### Abstrak

Perkembangan zaman membuat kehidupan manusia perlu beradaptasi dengan kemajuan alat teknologi yang semakin kompleks. Instagram adalah layanan jejaring sosial berbasis fotografi yang memberikan kemudahan dalam mengambil dan melihat foto ataupun video, kemudian dapat membagikannya terhadap orang lain dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima dengan cepat. Media sosial pada zaman modern menjadi salah satu media komunikasi yang populer. Unggahan wisata Ciater di instagram @exploresubang merupakan suatu bentuk informasi yang disediakan dalam bentuk foto, video, dan teks yang berisi ulasan deskripsi dalam bentuk caption. Tujuan penelitian ini untuk menjelaskan pengaruh yang terjadi antara instagram @exploresubang terhadap keputusan berkunjung ke tempat wisata Ciater. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan metode analisis regresi linier sederhana serta didukung dengan teori new media. Teknik pengumpulan data melalui penyebaran angket dan studi kepustakaan. Sampel pada penelitian kali ini yakni komunitas himpunan mahasiswa subang unsika yaitu sebanyak 129 pengguna yang menjadi followers instagram @exploresubang. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai koefisien adalah positif, yang berarti variabel tersebut berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung ke wisata Ciater. Besarnya pengaruh ketiga variabel tersebut (intensitas, isi pesan dan daya tarik) terhadap keputusan berkunjung dapat menjelaskan variabel dependent (keputusan berkunjung) sebesar 58,9%. Fakta ini menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut merupakan aspek dominan dalam mempengaruhi keputusan berkunjung ke wisata Ciater.

**Kata-kata kunci:** Instagram; pengguna media sosial; keputusan; followers.

### Pendahuluan

Media sosial Instagram @exploresubang merupakan media berbagi informasi yang dapat diandalkan dan secara visual dapat menarik minat untuk mengetahui obyek wisata yang

ada di Subang. Akun @exploresubang mengunggah setidaknya satu foto atau lebih setiap harinya untuk feed Instagram yang diupload dari akun lain. Foto-foto yang akan diunggah ulang oleh akun ini adalah foto-foto yang sudah dipilih, atau foto-foto terbaik yang menunjukkan keindahan destinasi atau tempatnya. Akun Instagram @exploresubang secara tidak langsung membantu mempromosikan tempat pariwisata di Subang, tanda pagar #exploresubang juga menjadi ciri dari unggahan akun tersebut. Tidak hanya unggahan wisata alam, akun @exploresubang juga sesekali memberikan informasi tentang tempat kuliner, bisnis dan berita yang sedang hangat diperbincangkan.

Media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideology dan teknologi web 2.2 dan 2.2 menjadi platform dasar media sosial. Diperkirakan yang akan menjadi trend adalah 3s yaitu : *social, share, speed*. *Social* adalah bagaimana seseorang terhubung dengan orang lain dan saling berbagi. *Share* adalah bagaimana seseorang membagikan pengalamannya kepada orang lain melalui teks, video, atau apapun itu melalui jejaring sosial. *Speed* bagaimana jejaring sosial bisa memberikan informasi yang sangat cepat, melebihi kecepatan wartawan menuliskan berita (Abas, 2014)

Menurut dinas dan pariwisata kebudayaan membuktikan bahwa Jawa Barat memiliki banyak tempat yang mempunyai daya tarik wisata. Salah-satunya adalah kota Subang. Kota Subang memiliki tempat-tempat wisata yang menarik untuk dikunjungi terutama destinasi wisata alam. Salah-satu tempat wisata kota Subang yang populer adalah daerah Ciater. Objek wisata Ciater memiliki 3 hal yang dapat menarik minat untuk dikunjungi yaitu; (1) *something to see*, letak pemandian air panas ciater yang strategis yang berada di lereng gunung tangkuban perahu, tepatnya ditepi jalan raya subang. Wisata kebun *strawberry* dan dikelilingi perkebunan teh yang asri serta kesegaran udara gunung dan pemandangan indah disekeliling pemandian air panas ini membuatnya cocok sebagai tempat wisata yang menarik untuk dilihat; (2) *Something to buy*, pengunjung bisa berwisata kuliner menikmati sajian khas sate atau gulai kelinci di warung-warung di pinggir jalan raya Subang. Selain itu sebagai oleh-oleh bisa membeli nanas dan berbagai olahannya yang menjadi salah-satu khas daerah Subang; (3) *something to do*, fasilitas yang tersedia juga terhitung lengkap, mulai dari kolam air panas, taman bermain anak, arum jeram, fasilitas olahraga, rumah makan serta penginapan berupa hotel dan villa. Selain fasilitas yang lengkap, yang menjadi daya tarik bagi para pengunjung adalah mata air panas yang ini memiliki nilai tambah dari sisi kesehatan.

Dalam penelitian ini menggunakan teori New Media karena mengkaji mengenai media baru yaitu media sosial instagram @exploresubang. Munculnya media sosial atau jejaring sosial dengan berkembangnya komunikasi media baru merupakan perpanjangan dari perkembangan teknologi komunikasi. Beberapa kelompok juga memanfaatkan kehadiran media sosial untuk memudahkan proses penyampaian pesan dan pertukaran informasi. Dengan memanfaatkan kelebihan media sosial itu sendiri, penyampaian pesannya sendiri dapat tersampaikan dengancepat dan dapat diterima oleh banyak koresponden. Dengan keberadaan media sosial sebagai media baru, maka peneliti menganggap teori new media yang relevan dengan keberadaan media sosial salah-satunya yaitu instagram. Studi kasus dalam penelitian ini membahas mengenai pengaruh media sosial instagram @exploresubang terhadap keputusan berkunjung ke wisata Ciater, dapat disimpulkan bahwa studi kasus tersebut mendukung asumsi-asumsi teori New Media.

Agar cakupan penelitian tidak terlalu luas dan peneliti lebih fokus, maka fokus penelitian ini adalah mengkaji mengenai minat atau ketertarikan *followers* yang berkunjung ke tempat wisata Ciater yang diunggah di instagram @exploresubang. Batasan pertanyaan dalam penelitian ini adalah efek unggahan konten wisata alam ciater di media sosial Instagram @exploresubang terhadap keputusan berkunjung. Keputusan untuk memilih objek wisata pada dasarnya adalah keputusan “pembelian”, yaitu mengeluarkan uang untuk mendapatkan kepuasan. Namun pembelian dalam konteks pariwisata mempunyai beberapa keleluasaan. dalam keputusan melakukan perjalanan wisata terdapat 5 tahapan yakni : (1) kebutuhan atau keinginan untuk melakukan perjalanan, (2) pencarian dan penilaian informasi, (3) keputusan melakukan perjalanan wisata, (4) persiapan perjalanan dan pengalaman wisata, dan (5) evaluasi kepuasan perjalanan wisata (Pitana dan Gayatri, 2005). Menurut Oliver (2015) kepuasan adalah respon konsumen terhadap pemenuhan kebutuhan.

Setiap penelitian memerlukan landasan empiris. Kajian empiris dari penelitian-penelitian terdahulu dalam penelitian ini, diantaranya adalah dampak instagram terhadap perilaku kunjungan dan perilaku konsumen (studi relevansi dampak penggunaan akun Instagram @Md\_Store\_Hijab terhadap perilaku pembelian.) Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak penggunaan akun Instagram terhadap perilaku konsumen, dan pengaruh penggunaan akun instagram terhadap perilaku pembelian konsumen. Persamaan antara skripsi ini dengan skripsi peneliti adalah mencari pengaruh terhadap tindakan perilaku partisipan dan menggunakan media sosial yang sama untuk penelitian yaitu instagram. perbedaannya terletak pada hasil akhir penelitian, hal ini dikarenakan skripsi ini hanya dapat menunjukkan tingkat perhatian terhadap pembelian, dan tidak dapat membuat keputusan pembelian. sedangkan pada skripsi peneliti

menunjukkan dampaknya hingga ke tahap tindakan (behavioral) yaitu kunjungan ke tempat wisata Ciater Subang tersebut.

Berdasarkan latar belakang diatas maka Identifikasi Masalah dalam penelitian ini adalah “ Seberapa Besar Pengaruh intensitas, isi pesan serta daya tarik Instagram @exploresubang Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Tempat Wisata Ciater. Intensitas adalah keadaan tingkatan atau ukuran intens, misalnya seberapa sering orang melihat unggahan wisata Ciater di akun @exploresubang. Menurut Rakhmat (2012) isi pesan adalah segala sesuatu yang diunggah di akun @exploresubang mengenai wisata Ciater, tentang bagaimana kejelasan pesan yang disampaikan kepada para pengikutnya. Menurut Rakhmat (2012) daya tarik adalah sesuatu kekuatan yang membuat orang lain mempunyai perhatian khusus terhadap sesuatu.

Berdasarkan Rumusan Masalah tersebut, maka dapat diketahui tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh intensitas, isi pesan serta daya tarik instagram @exploresubang terhadap Keputusan berkunjung, dimana keputusan berkunjung adalah perilaku seseorang dalam menentukan suatu pilihan tempat wisata untuk mencapai kepuasan sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen yang meliputi pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian dan perilaku setelah pembelian.

### **Metode Penelitian**

Metode penelitian merupakan cara ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sarwono, 2006). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, metode ini memandang tingkah laku manusia dapat diramal, objektif dan dapat diukur serta analisis statistik yang tepat menyebabkan hasil penelitian yang dicapai tidak menyimpang dari kondisi yang sesungguhnya (Muri, 2017). Dengan metode analisis yang dipakai yaitu model regresi linier sederhana merupakan model probalistik yang menyatakan hubungan linier antara dua variabel dimana salah-satu variabel dianggap mempengaruhi variabel yang lain (Suyono, 2018). Populasi yang dipakai adalah komunitas himpunan mahasiswa subang unsika. Dikarenakan jumlah populasi 191 maka dihitung menggunakan rumus taro yang mane dan didapatkan sampel sebesar 129 responden, Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sumargo, 2020). Prosedur pengambilan serta pengumpulan data menggunakan teknik kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang diharapkan oleh responden (Sugiono, 2012). Dilakukan dengan mengirimkan alamat situs *gopgleform* kepada responden yang telah ditentukan, serta dengan studi kepustakaan adalah mengumpulkan data yang diperlukan melalui buku, jurnal dan literatur

lain yang berhubungan dengan penelitian yang dijadikan sebagai referensi ( Nazir, 2011). Studi Kepustakaan yang digunakan dalam penelitian seperti e-jurnal, skripsi dan laporan resmi yang berhubungan dengan penelitian ini.

### Hasil Penelitian dan pembahasan

Penelitian ini dilakukan pada komunitas himpunan mahasiswa subang unsika yang menjadi followers instagram @exploresubang sebagai respondennya. Melakukan analisis data menggunakan media perhitungan IBM SPSS statistics versi 26, dengan menguji analisis regresi linier sederhana sebagai bahan perhitungan untuk menemukan hasil dari penelitian ini. Diketahui variabel instagram @exploresubang sebagai variabel *independent* serta keputusan berkunjung ke siwata ciater merupakan variabel *dependent*. Dari hasil kuesioner yang telah disebar secara daring dengan menggunakan google form ke komunitas himpunan mahasiswa subang unsika, responden yang telah mengisi kuesioner berjumlah 129 orang.

**Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	(f)	(%)
Laki-laki	45	34.9 %
Perempuan	84	65.1 %
Total	129	100 %

Sumber: Hasil olahan data peneliti 2021

Berdasarkan tabel 1 diatas menunjukkan bahwa responden jenis kelamin perempuan mayoritas sebanyak 84 orang (65.1 %) dan responden dengan jenis laki-laki sebanyak 45 orang (34.9 %).

**Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaaktif Instagram**

Pengguna Aktif Instagram	(f)	(%)
Ya	125	96,9 %
Tidak	4	3,1 %
Total	129	100 %

Sumber: Hasil olahan data peneliti 2021

Berdasarkan tabel 2 diatas menunjukkan bahwa responden dengan pengguna aktif instagram mayoritas sebanyak 125 orang (96,6%) dan responden dengan pengguna tidak aktif instagram sebanyak 4 orang (3,1%).

### Hasil uji validitas

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan suatu instrument karena suatu instrument yang valid memiliki validitas tinggi namun sebaliknya

instrument yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah (Arikunto, 2016). Hasil uji validitas dalam penelitian ini dibantu dengan program SPSS 26.0 For Windows dimana terdiri dari 19 pertanyaan. Untuk nilai r taraf kepercayaan 95 % atau signifikansi 5 % dapat dicari berdasarkan jumlah responden (N). oleh karena  $N=129$  maka  $(df) = N-2 = 129-2 = 127$ . Nilai r tabel + 0,172 ( $df=127, \alpha = 0,05$ ). Dari 19 item pernyataan dinyatakan semua pernyataan valid dan pernyataan positif. Peneliti mengukur uji validitas dengan menggunakan *software* IBM SPSS Statistics 26 for windows. Berikut adalah hasil dari uji validitas.

**Tabel 3. Hasil Uji Validitas**

No Item	R hitung	R tabel	Keterangan
Item 1	0,788	0,172	Valid
Item 2	0,793	0,172	Valid
Item 3	0,243	0,172	Valid
Item 4	0,720	0,172	Valid
Item 5	0,739	0,172	Valid
Item 6	0,829	0,172	Valid
Item 7	0,826	0,172	Valid
Item 8	0,674	0,172	Valid
Item 9	0,783	0,172	Valid
Item 10	0,801	0,172	Valid
Item 11	0,735	0,172	Valid
Item 12	0,721	0,172	Valid
Item 13	0,721	0,172	Valid
Item 14	0,704	0,172	Valid
Item 15	0,790	0,172	Valid
Item 16	0,724	0,172	Valid
Item 17	0,732	0,172	Valid
Item 18	0,793	0,172	Valid
Item 19	0,768	0,172	Valid

Sumber: Hasil olahan data peneliti, 2021

Berdasarkan analisis pada tabel 3 uji validitas ke 129 responden menyatakan bahwa nilai r tabel sebesar 0,172 sedangkan item pertanyaan yang memiliki r hitung  $>$  r tabel maka butir pernyataan dinyatakan valid. Dari hasil uji coba instrument penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dinyatakan valid karena melebihi r tabel yang ditentukan.

### Hasil uji Realiabilitas

Reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulang dua kali atau lebih. Instrumen

dikatakan reliabel saat dapat mengungkapkan data yang dapat dipercaya (Arikunto, 2010).  
 Dikatakan realibel apabila nilai koefisien r hitung  $> 0,60$

**Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas**

Reliability Statistics	
Cronbach'sAlpha	N of Items
.840	19

Sumber: hasil olahan data peneliti 2021

Hasil uji reliabilitas berdasarkan tabel diatas yang menggunakan IBM SOSS Statistics 26 for Windows dalam penelitian ini menghasilkan nilai  $r = 0,840$ . Artinya berdasarkan metode alpha Cronbach, ukuran kemantapan alpha dalam penelitian ini sangat reliabel karena nilai yang diperoleh yaitu  $0,840 > 0,60$ . Hal ini menunjukkan bahwa setiap pernyataan yang digunakan sebagai alat ukur adalah reliabel dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

#### Hasil Uji Normalitas

Pengujian ini dilakukan menggunakan *komogrov smirnov* dengan bantuan IBM SPSS Statistics 26 for Windows. Dimana sebaran data akan dikatakan normal jika signifikasinya  $p > 0,05$ , sebaliknya jika signifikasinya  $p < 0,05$  sebaran dapat dikatakan tidak normal.

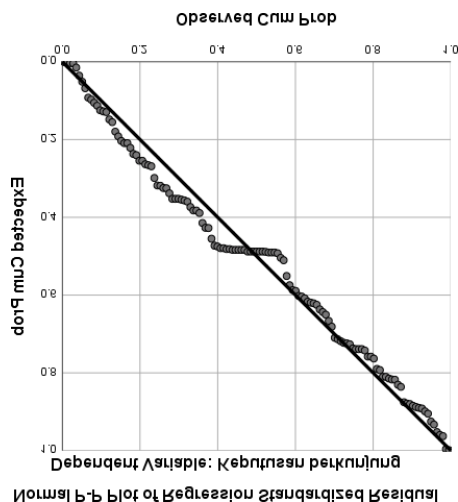
**Tabel 5. Hasil Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov  
 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

UnstandardizedResidual

N		129
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
Std. Deviation		1.51257339
Most Extreme Differences	Absolute	.055
	Positive	.055
	Negative	-.039
Test Statistic		.055
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- This is a lower bound of the true significance.

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar  $0,200 > 0,05$ . Artinya  $H_0$  diterima dan data residual terdistribusi normal. Selain itu peneliti juga menggunakan uji normalitas P-P Plot, dengan hasil sebagai berikut:



Sumber: Pengolahan data SPSS 26.0

**Gambar 6. Hasil Uji Normalitas P-P Plot**

Dari gambar kurva pada Q-Q plot keputusan berkunjung menunjukkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas. Hal tersebut dapat dilihat dari sebaran data pada plot tersebut berupa titik-titik yang rapat atau berhimpit di sekitar garis lurus yang mengikuti garis diagonal. Maka, data yang diolah merupakan data yang berdistribusi normal, sehingga uji normalitas terpenuhi.

### Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dengan nilai dasar jika signifikansi pada tingkat kekeliruan 5% mengidentifikasi adanya heteroskedastisitas atau nilai signifikansi  $> 0,05$  maka tidak terjadi heterokedastisitas, namun sebaliknya jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka terjadi heterokedastisitas.

**Tabel 7. Uji Heterokedastisitas Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.057	.046		1.260	.210
	Intensitas	-.002	.002	-.111	-1.256	.212
	Isi pesan	-.006	.003	-.230	-2.133	.035
	Daya tarik	.004	.002	.255	2.366	.020

a. Dependent Variable: ABS\_RES2

Sumber : data yang diolah oleh peneliti

Dari tabel hasil output SPSS diatas dilihat bahwa intensitas Sig. 0,212  $> 0,05$ , isi pesan Sig. 0,35  $> 0,05$ , daya Tarik Sig. 0,20  $> 0,05$ . Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala



Heterokedastisitas.

### Analisi Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi sederhana adalah suatu alat analisis yang digunakan untuk mengukur pengaruh antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Model regresi linier sederhana adalah model probalistik yang menyatakan hubungan linier antara dua variabel dimana salah-satu variabel dianggap mempengaruhi variabel yang lain. Variabel yang mempengaruhi dinamakan variabel independen dan variabel yang dipengaruhi dinamakan variabel dependen (Suyono, 2018).

**Tabel 8. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Sederhana ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1367.684	1	1367.684	102.382	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1696.548	127	13.359		
	Total	3064.233	128			

- a. Dependent Variable: keputusan berkunjung
- b. Predictors: (Constant), @exploresubangSumber : data yang diolah oleh peneliti

Dari output tersebut diketahui bahwa nilai F hitung = 102.382 dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel keputusan berkunjung atau dengan kata lain ada pengaruh variabel instagram @exploresubang (X) terhadap keputusan berkunjung ke wisata ciater (Y).

**Tabel 9. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Variabel instagram @exploresubang (X) Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	23.780	3.349		7.100	.000
	Instagram @exploresubang	1.608	.159	.668	10.118	.000

- a. Dependent Variable: keputusan berkunjungSumber : data yang diolah oleh peneliti

Berdasarkan tabel diatas, dapat diperoleh persamaan regresi sederhana sebagai berikut:  $Y =$

$$23.780 + 1.608X$$

$Y =$  Keputusan berkunjung  $\alpha =$  Konstanta

$X =$  instagram @exploresubang

Berdasarkan tabel diatas dapat terlihat hasil regresi linier sederhana yang diperoleh nilai koefisien pada penelitian ini adalah  $Y = 23.780 + 1.608 X$ . Bilangan konstanta (a) sebesar 23.789 dan koefisien variabel X instagram @exploresubang sebesar 1.608. Artinya dari masing-masing angka:

- 1) Nilai konstanta sebesar 23.780 artinya jika variabel instagram @exploresubang bernilai 0, maka variabel dependen nilainya sebesar 6.784.
- 2) Koefisien regresi instagram @exploresubang (X) sebesar 1.608. nilai ini menyatakan bahwa setiap penambahan 1 % niali instagram @exploresubang, maka nilai keputusan berkunjung ke wisata ciater bertambah sebesar 1.608. Koefisien regresi tersebut bersifat positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel instsagram @exploresubang terhadap keputusan berkunjung ke wisata Ciater adalah positif.

**Pengujian hipotesis secara parsial (Uji T)**

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah secara individu (persial) variabel independen mempengaruhi variabel dependent secara signifikan atau tidak. Hasil output dari SPSS adalah sebagai berikut:

**Tabel 10. Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.700	1.380		2.680	.008
	intensitas	-.007	.048	-.009	-.148	.883
	Isi pesan	.443	.083	.378	5.349	.000
	Daya tarik	.391	.057	.486	6.876	.000

a. Dependent Variable: Keputusan berkunjungSumber : data yang diolah oleh peneliti

Hipotesis :

Ho = variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependent  
 Ha = variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependent.

Kriteria pengambilan keputusan:

Dengan tingkat kepercayaan = 95% atau 0,05. Derajat kebebasan (df) = n-k-1 = 129-1-1 = 127 diperoleh nilai t tabel = 1,978 Dengan dasar pengambilan keputusan :

Ho diterima apabila nilai T hitung < T tabel atau sig. > 5%  
 Ha ditolak  
 Ho ditolak apabila nilai T hitung > T tabel atau sig < 5%  
 Ha diterima

Sesuai dengan data yang dijelaskan hasil uji t dari tabel diatas sebagai berikut:

- 1) Hasil pengujian statistik dengan SPSS pada variabel intensitas (X1) diperoleh nilai t hitung sebesar  $-148 < 1.978 = t \text{ tabel}$ , dan  $\text{sig. } 0,883 > 5\%$  jadi  $H_a$  ditolak. Ini berarti variabel intensitas dalam instagram @exploresubang tidak berpengaruh terhadap variabel keputusan berkunjung ke wisata Ciater.
- 2) Hasil pengujian statistik dengan SPSS pada variabel isi pesan (X2) diperoleh hitung sebesar  $5.349 > 1.978 = t \text{ tabel}$ , dan  $\text{sig. } 0,000 < 5\%$  jadi  $H_0$  ditolak. Ini berarti variabel isi pesan dalam instagram @exploresubang berpengaruh terhadap variabel keputusan berkunjung ke wisata Ciater.
- 3) Hasil pengujian statistik dengan SPSS pada variabel daya Tarik (X3) diperoleh t hitung sebesar  $6.876 > 1.978 = t \text{ tabel}$ , dan  $\text{sig. } 0,000 < 5\%$  jadi  $H_0$  ditolak. Ini berarti variabel daya tarik dalam instagram @exploresubang berpengaruh terhadap variabel keputusan berkunjung ke wisata Ciater.

Setelah menyebar kuesioner kepada 129 sampel responden, lalu mengkaji dan menganalisis data yang didapat. Peneliti mendapatkan hasil seperti berikut:

#### **1) Pengaruh intensitas terhadap keputusan berkunjung ke wisata Ciater**

Berdasarkan analisis yang telah diuraikan diatas diperoleh hasil bahwa variabel bebas (X1) intensitas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel (Y) keputusan berkunjung ke wisata Ciater. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil uji t hitung sebesar -148 dan t tabel sebesar 1.978 yang artinya t hitung lebih kecil dari t tabel ( $-148 < 1.978$ ) serta nilai keputusan berkunjung ke wisata Ciater lebih besar dari 0,05 yaitu 0,08 dengan demikian hipotesis pertama ditolak.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa intensitas tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung ke wisata Ciater pada komunitas himpunan mahasiswa subang unsika. Menurut Rakhmat (2012) intensitas adalah keadaan tingkatan atau ukuran intens, dan juga seberapa sering seseorang melihat sebuah tayangan. Menurut (Kotler *et al*, 2006) Keputusan berkunjung adalah perilaku seseorang dalam menentukan suatu pilihan tempat wisata untuk mencapai kepuasan sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen. Teori *new media* menurut McQuail bahwa kedatangan media baru dimasyarakat membawa konsep yaitu masyarakat sangat bergantung pada jaringan informasi dan komunikasi elektronik yang kompleks, teori *new media* sendiri mempunyai beberapa fungsi, salah satunya berupaya untuk menemukan bagaimana dampak dan pengaruh dari media massa. Sesuai dengan hasil penelitian bahwa intensitas dalam instagram @exploresubang tidak berpengaruh terhadap keputusan

berkunjung ke wisata ciater, karena intensitas pada unggahan yang dilihat oleh responden tidak melihat unggahan wisata Ciater tersebut secara berkala, dengan demikian menghasilkan pernyataan bahwa intensitas tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung ke wisata Ciater.

## **2) Pengaruh isi pesan terhadap keputusan berkunjung ke wisata Ciater**

Berdasarkan analisis yang telah diuraikan diatas diperoleh hasil bahwa variabel bebas (X2) isi pesan berpengaruh signifikan terhadap variabel (Y) keputusan berkunjung ke wisata ciater. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil uji t hitung sebesar 5.349 dan t tabel sebesar 1.978 yang artinya t hitung lebih besar dari t tabel ( $5.349 > 1.978$ ) serta nilai keputusan berkunjung ke wisata Ciater lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,00 dengan demikian hipotesis kedua diterima.

Sesuai dengan hasil penelitian bahwa isi pesan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung ke wisata Ciater pada himpunan mahasiswa subang unsika. Menurut Rakhmat (2012) isi pesan adalah segala sesuatu yang diunggah di akun @exploresubang mengenai wisata Ciater, tentang bagaimana kejelasan pesan yang disampaikan kepada para pengikutnya. Menurut (Kotler *et al* 2006:198) Keputusan berkunjung adalah perilaku seseorang dalam menentukan suatu pilihan tempat wisata untuk mencapai kepuasan sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen. Teori new media menurut McQuail bahwa kedatangan media baru dimasyarakat membawa konsep yaitu masyarakat sangat bergantung pada jaringan informasi dan komunikasi elektronik yang kompleks. teori *new media* sendiri mempunyai beberapa fungsi, salah satunya berupaya untuk menemukan bagaimana dampak dan pengaruh dari media massa. Hal tersebut menunjukkan teori new media terhadap isi pesan dalam unggahan wisata Ciater pada akun @exploresubang bahwa komunitas himpunan mahasiswa subang unsika sangat bergantung kepada jaringan informasi dan komunikasi khususnya terhadap indikator kelengkapan isi pesan dan kejelasan isi pesan. Lalu mengasilkan pernyataan bahwa isi pesan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung ke wisata Ciater.

## **3) Pengaruh daya tarik terhadap keputusan berkunjung ke wisata Ciater**

Berdasarkan analisis yang telah diuraikan diatas diperoleh hasil bahwa variabel bebas (X3) daya tarik berpengaruh signifikan terhadap variabel (Y) keputusan berkunjung ke wisata ciater. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil uji t hitung sebesar 6.876 dan t tabel sebesar 1.978 yang artinya t hitung lebih besar dari t tabel ( $6.876 > 1.978$ ) serta nilai keputusan berkunjung ke wisata Ciater lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,00 dengan demikian hipotesis kedua diterima.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik berpengaruh terhadap keputusan berkunjung ke wisata Ciater pada komunitas himpunan mahasiswa subang unsika. Menurut

Rakhmat (2012) daya tarik adalah sesuatu kekuatan yang membuat orang lain mempunyai perhatian khusus terhadap sesuatu. Menurut (Kotler *et al* 2006:198) Keputusan berkunjung adalah perilaku seseorang dalam menentukan suatu pilihan tempat wisata untuk mencapai kepuasan sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen. Teori new media menurut McQuail bahwa kedatangan media baru dimasyarakat membawa konsep yaitu masyarakat sangat bergantung pada jaringan informasi dan komunikasi elektronik yang kompleks, teori *new media* sendiri mempunyai beberapa fungsi, salah satunya berupaya untuk menemukan bagaimana dampak dan pengaruh dari media massa Hal tersebut menunjukkan teori new media terhadap daya tarik dalam unggahan wisata Ciater pada akun @exploresubang bahwa komunitas himpunan mahasiswa subang unsika sangat bergantung kepada jaringan informasi dan komunikasi khususnya terhadap indikator segmentase konten dan ide unggahan tempat wisata. Lalu mengasilkan pernyataan bahwa daya tarik berpengaruh terhadap keputusan berkunjung ke wisata Ciater.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dari pembahasan yang telah dilakukan, maka peneliti mengambil kesimpulan yang disesuaikan dengan penetapan tujuan penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Tidak terdapat pengaruh signifikan antara intensitas instagram @exploresubang terhadap keputusan berkunjung ke wisata Ciater pada komunitas himpunan mahasiswa subang unsika. Hal tersebut mengidentifikasi bahwa intensitas instagram @exploresubang yang dilihat responden tidak secara berkala atau terus menerus untuk dilihat oleh responden, sehingga dapat disimpulkan bahwa intensitas tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung ke wisata Ciater.
2. Terdapat pengaruh signifikan antara isi pesan instagram @exploresubang terhadap keputusan berkunjung ke wisata Ciater pada komunitas himpunan mahasiswa subang unsika. Hal tersebut mengidentifikasi bahwa isi media atau isi pesan yang disampaikan dalam instagram @exploresubang memiliki pesan yang menarik, lengkap, informatif dan bersipat mengajak sehingga dapat disimpulkan bahwa isi pesan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung ke wisata Ciater.
3. Terdapat pengaruh signifikan antara daya tarik instagram @eksplorasubang terhadap keputusan berkunjung ke wisata Ciater pada komunitas himpunan mahasiswa subang unsika. Hal tersebut mengidentifikasi bahwa daya tarik dalam instagram @exploresubang terhadap keputusan berkunjung ke wisata ciater mempunyai daya tarik seperti menyajikan

banyak segmen konten tempat wisata yang bervariasi, mengunggah foto-foto wisata ciater dengan kualitas gambar yang bagus, banyaknya jumlah like dan komentar serta menggunakan fitur hastag (#) agar memudahkan pengguna media sosial instagram untuk menemukan foto-foto yang tersebar di instagram. Artinya menghasilkan sebuah kesimpulan bahwa para responden tertarik sehingga dapat menimbulkan pengaruh yang signifikan antara daya tarik pada keputusan berkunjung ke wisata Ciater.

#### **Daftar Pustaka**

- Abbas, M. Rifa'i, dkk. (2014). *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI*. Jakarta: Pusat Hubungan Masyarakat.
- ATW. (2021). Pemandian Air Panas Ciater, tempat asyik untuk menghabiskan waktu bersama keluarga. Aneka Tempat Wisata. <https://anekatempatwisata.com/pemandian-air-panas-ciater-tempat-asyik-untuk-menghabiskan-waktu-bersama-keluarga/>
- Atmoko, (2012). [internet]. Diakses pada 21.27, juli 2021. Tautan pada laman: [www.instagram.com](http://www.instagram.com)
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Salemba Humanika Edisi 9. Salemba Humanika
- Masyithoh, I. N., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh digital marketing terhadap minat beli konsumen pada marketplace tokopedia. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 7(1), 109-126.
- Mulyansyah, G. T., & Sulistyowati, R. (2020). Pengaruh Digital Marketing Berbasis Sosial Media terhadap Keputusan Pembelian Kuliner di Kawasan G-Walk Surabaya. *Pendidikan Tata Niaga*, 9(1), 1097–1103.
- Nur, A., & Tutiasri, R. P. (2022). Pemanfaatan Instagram@ dapurbalikpapan Sebagai Media Promosi Kuliner Kota Balikpapan. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian*, 8(2), 871-884.
- Palupi, E. R., & Sulistyowati, R. (2022). Pengaruh Digital Marketing Berbasis Marketplace terhadap Peningkatan Penjualan Ledre Super UMKM Perempuan di Bojonegoro. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 6(2), 780-783.
- Pradiani, T. (2018). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46–53. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>
- Pratiwi, V., & Wahid, U. (2021). Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Penjualan PT. Bukku Media Integrasi (bukku) Pada Masa Pandemi Covid 19 Melalui Instagram@ Bukkuid. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian*, 7(2), 710-724.
- Rakhmat, J. (2012). *Psikologi Komunikasi*. Remaja Rosda Karya.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&A*. Alfabeta
- Sarwono, Jonathan. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Graha Ilmu
- Suyono. (2018). *Analisis Regresi untuk penelitian*. Ed.1 cet.1. Yogyakarta. DeepublishSumargo, Bagus. (2020). *Teknik Sampling*. UNJ press. Jakarta
- Yusup, Muri. (2017). *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif dan Gabungan*. Jakarta.
- Pitana, I Gde dan Gayatri, Putu G. (2005). *Sosiologi Pariwisata*, Yogyakarta: CV AndiOffset.
- Oliver, Richard L. (2015). *Satisfaction, A Behavioral Perspective on The Consumer*, New York: Routledge.
- Imam, Mustafa. (2020). Pengguna Instagram di Indonesia Didominasi Wanita dan Generasi Milenial. [internet] Good News From Indonesia. Di akses pada 19.03, juli 2021. Tautan pada laman: <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/06/14/pengguna->

instagram-di-indonesia-didominasi-wanita-dan-generasi-milenial  
Open Data Jabar. (2021). [*internet*]. Jumlah kunjungan wisatawan ke akomodasi dan objek wisata di Jawa Barat. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan. Di akses pada 10.35, juli 2021. Tautan pada laman: <https://opendata.jabarprov.go.id/id/dataset/jumlah-kunjungan-wisatawan-ke-akomodasi-dan-objek-wisata-di-jawa-barat>