

PERAN INSTAGRAM TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN PALEMBANG BIRD PARK

The Role Of Instagram In Influencing Tourists Interest In Visiting Palembang Bird Park

Kamilah Febrina Dewindy¹, Rini², Yusleli Herawati³, Dwi Hanadya⁴

^{1,2,3}Politeknik Negeri Sriwijaya

⁴Politeknik Darussalam

¹febrinadewindy@gmail.com, ²rini@polsri.ac.id, ³yusleli.herawati@polsri.ac.id, ⁴hanadya.dwi@gmail.com

Diterima: 06-07-2023 / Disetujui: 03-03-2024 / Dipublikasikan: 03-2024

DOI : 10.5281/zenodo.10918932

Abstrak

Kajian ini bermaksud untuk mengidentifikasi peran instagram dalam memengaruhi minat berkunjung wisatawan ke Palembang *Bird Park* melalui akun @palembangbirdpark. Pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian *eksplanatory* dipakai dalam kajian dan alat ukur yang digunakan berupa kuesioner. Adapun sampel pada kajian ini sebanyak 100 orang responden diambil menggunakan teknik *purposive sampling*. Data yang dihasilkan dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif, analisis regresi linier sederhana, uji hipotesis uji validitas, uji reliabilitas. Berdasarkan uji-t didapatkan hasil nilai sig t (.000) < α (.05) yang berarti akun @palembangbirdpark berperan penting dalam menarik minat wisatawan untuk melakukan kunjungan ke Palembang *Bird Park*. Melihat dari angka yang telah didapat, diketahui bahwa keinginan berkunjung wisatawan pada Palembang *Bird Park* dipengaruhi oleh @palembangbirdpark sejumlah 62,4 %.

Kata Kunci: Instagram, Minat Berkunjung, Wisatawan

Abstract

This study intends to identify the role of Instagram in influencing the interest of tourists visiting Palembang Bird Park through @palembangbirdpark accounts. A quantitative approach with an explanatory type of research was used in the study. The sampling technique uses purposive sampling, with a total of 100 respondents. The data obtained were analyzed using descriptive analysis techniques, simple linear regression analysis, hypothesis test, validity test, reliability test. Field based the t-test, the results of sig t (.000) < α (.05) values are obtained which means that @palembangbirdpark account plays an important role in attracting tourists to visit Palembang Bird Park. Looking at the figures that have been obtained, it is known that the desire to visit tourists at Palembang Bird Park is influenced by @palembangbirdpark of 62.4%.

Keywords: Instagram, Visiting Interests, Travellers

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata sangat membutuhkan layanan internet untuk berkembang. Karena internet sudah menjadi infrastruktur pariwisata yang dibutuhkan wisatawan. Banyak wisatawan menggunakan layanan internet untuk mencari ide dan informasi tentang rencana perjalanan mereka. Semakin berkembang dunia teknologi, jejaring sosial menjadi aspek yang melekat pada kehidupan duniawi bahkan menjadi wadah yang paling efektif dalam merepresentasikan objek wisata. Jenis sosial media yang saat ini sangat populer disemua kalangan khususnya anak milenial dalam berbagi pengalaman berwisata adalah Instagram. Saat ini berdasarkan laporan *We Are Social* jumlah pengguna Instagram didunia sebanyak 1,32 miliar per januari 2023.

Dalam tulisannya yang dikutip oleh (Atmoko, (2022:28), dijelaskan bahwa Instagram adalah sebuah platform jejaring sosial yang menggunakan fotografi sebagai basisnya. Melalui Instagram, pengguna dapat menghubungkan diri mereka dengan dunia melalui berbagi foto-foto yang memiliki elemen kesenangan dan keunikan. Tujuan utamanya adalah untuk membagikan momen bersama keluarga melalui potret yang terdiri dari foto dan menggunakan berbagai efek agar mempercantik tampilan. Instagram memiliki fitur-fitur yang bisa digunakan dalam mengenalkan objek wisata. Dengan Instagram calon pengunjung dapat berinteraksi dengan mudah melalui *direct message*, hal ini bisa mengeratkan hubungan dan meningkatkan rasa ingin berkunjung *followers*, Minat berkunjung menurut Kotler dan Keller (2016:181) merupakan keputusan pengunjung ketika memilih mengunjungi destinasi berlandaskan pada pengalaman dalam bertamasya.

Palembang *Bird Park* memiliki akun Instagram resmi yang dimanfaatkan sebagai media promosi dan informasin mengenai objek wisatanya, yaitu @palembangbirdpark, akun ini memiliki 47.900 ribu orang *followers* dengan postingan sebanyak 11 ribu per tanggal 25 Maret-25 April. Palembang *Bird Park* yang merupakan taman burung pertama dan terbesar di kota Palembang dibuka pada tahun 2016, memiliki kurang lebih 1000 koleksi burung dengan berbagai spesies dan juga hewan seperti Kura-kura, Ikan, Iguana, Kelinci, Rusa, Ayam Kate, dan Marmut, Kuda, hingga Ular. Berikut merupakan tabel data jumlah wisatawan yang berkunjung ke Palembang Bird Park.

Tabel 1
Jumlah Kunjungan Wisatawan

Bulan	Tahun (Wisatawan)			
	2019	2020	2021	2022
Januari	884	442	376	412
Februari	760	400	340	467
Maret	795	396	396	400
April	770	364	399	420
Mei	752	353	419	505
Juni	728	320	406	480
Juli	706	330	376	415
Agustus	706	310	376	429
September	684	322	384	435
Oktober	642	333	422	530
November	628	300	428	566
Desember	706	376	442	570
Total	8.761	4.246	4.784	5.629

Jumlah kunjungan wisatawan ke Palembang *Bird Park* mengalami penurunan yang signifikan sebanyak 52% pada tahun 2019 ke tahun 2020 hal tersebut adalah imbas dari adanya virus Covid-19. Pada tahun 2021-2022 jumlah pengunjung meningkat namun tidak signifikan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan penulis pada akun Instagram @palembangbirdpark terlihat bahwa Palembang *Bird Park* menggunakan Instagram untuk mempromosikan wisatanya seperti melakukan posting video, foto, *reels*, *snagram* dan lain-lain. Namun banyak fitur-fitur yang belum dimaksimalkan saat melakukan posting tersebut sehingga menyebabkan kurang efektifnya postingan dalam memengaruhi minat berkunjung *followers*.

Seharusnya fitur *Follow*, *Caption*, *Like*, *Comment*, *Mention*, *Hastag* dan *Geotag* dapat dimanfaatkan secara maksimal pada postingan Instagram @palembangbirdpark sehingga postingan lebih unik dan berbeda tidak hanya berupa gambar atau video biasa saja. Dengan begitu para follower dapat lebih tertarik untuk mengetahui lebih lanjut mengenai Palembang *Bird Park*. Berdasarkan permasalahan diatas maka penulis bermaksud untuk mengetahui apakah ada tidaknya dampak Instagram @palembangbirdpark terhadap minat kunjung *followers*.

METODE

Kajian ini memakai pendekatan Kuantitatif dengan jenis penelitian *Eksplanatory*. Menurut Sugiyono (2018:93) penelitian *eksplanatory* bermaksud memberitahukan letak dan hubungan antar satu variabel dengan yang lainnya. Populasi pada kajian ini adalah *followers* akun @palembangbirdpark dan 100 orang responden

yang menjadi sampel. Teknik pengumpulan data berupa penyebaran kuesioner secara *online* dalam bentuk *Google Form* kepada responden.

Teknis analisis yang dipakai yakni deskriptif dan analisis regresi sederhana. Adapun pengujian instrument berupa uji validitas, uji reliabilitas dan uji koefisien regresi sederhana (uji t). Pengelolaan dan analisis data dibantu oleh *SPSS ver 26*.

HASIL & PEMBAHASAN

Uji Validitas

Dibawah ini merupakan tabel hasil uji validitas:

Tabel 2
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r-hitung	r-tabel
Media Sosial Instagram	I.1	.709	.1966
	I.2	.592	.1966
	I.3	.647	.1966
	I.4	.788	.1966
	I.5	.830	.1966
	I.6	.773	.1966
	I.7	.750	.1966
	I.8	.792	.1966
	I.9	.727	.1966
	I.10	.831	.1966
	I.11	.766	.1966
	I.12	.760	.1966
	I.13	.815	.1966
	I.14	.743	.1966
	I.15	.794	.1966
	I.16	.784	.1966
	I.17	.783	.1966
	I.18	.791	.1966
	I.19	.745	.1966
	I.20	.800	.1966
	I.21	.658	.1966
Minat Berkunjung	I.22	.899	.1966
	I.23	.858	.1966
	I.24	.858	.1966
	I.25	.849	.1966
	I.26	.897	.1966
	I.27	.859	.1966
	I.28	.819	.1966
	I.29	.881	.1966
	I.30	.864	.1966
	I.31	.872	.1966
	I.32	.895	.1966
	I.33	.800	.1966

Tabel 2 menunjukkan hasil tiap item pertanyaan pada variabel dependen dan independen memiliki nilai (r-hitung > .1966) serta tiap item dalam kajian ini memperoleh nilai signifikan lebih rendah dari .05. Hal ini memperlihatkan bahwa tiap item pernyataan yang

diuji pada kajian valid, sehingga kuisisioner dapat dianalisis.

Uji Reliabilitas

Berikut tabel hasil uji reliabilitas :

Tabel 3
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
1	Media Sosial Instagram	.962	Reliabel
2	Minat Berkunjung	.968	Reliabel

Dari tabel tersebut, penulis menyimpulkan tiap variabel reliabel. Ini terbukti dengan adanya nilai cronbachs Alpha ≥ 0,06 untuk kedua variabel.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Hasil dari persamaan regresi dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4
Persamaan Regresi Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-6.110	2.660		-2.297	.024
Media Sosial Instagram @palembangbirdpark	.624	.029	.910	21.678	.000

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung

Melalui tabel yang diberikan didapati persamaan regresi seperti berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = -6,110 + .624 X$$

Interpretasi dari persamaan diatas adalah:

1. Konstanta sebesar -6,110, memperlihatkan apabila tidak ada kehadiran media sosial @palembangbirdpark, mean minat berkunjung *followers* memiliki nilai -6,110.
2. Koefisien regresi .624 berarti pada tiap peningkatan satu satuan dalam nilai media sosial akan menyebabkan peningkatan .624 pada nilai minat berkunjung.

Dari perolehan regresi linier sederhana ini disimpulkan bahwa variabel independen (X) berpengaruh sebesar 62,4% kepada variabel dependen (Y).

Pengujian Hipotesis (Uji t)

Berdasarkan nilai signifikansi t (.00) lebih kecil dibanding nilai α = .05, penulis menyimpulkan bahwa model analisis regresi ini sig. Dengan demikian variabel independen, yaitu media sosial instagram @palembangbirdpark (X), berpengaruh sig. terhadap variabel dependen, yaitu minat berkunjung (Y).

KESIMPULAN & SARAN

Berdasarkan hasil kajian diatas disimpulkan bahwa sosial media Instagram @palembangbirdpark berperan dalam memunculkan minat berkunjung *follower* ke Palembang *Bird Park*. Sehingga disarankan pihak pengelola dapat memaksimalkan penggunaan fitur instagram pada setiap kegiatan posting supaya *followers* semakin berminat untuk berkunjung.

DAFTAR PUSTAKA

- Adinda, S. (2019). Pengaruh Media Sosial exploremalang Terhadap Minat Berkunjung Followers Ke Suatu Destinasi (Survei Pada Followers @exploremalang). *Skripsi*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Atmoko, B.D. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Gramedia Pustaka Umum.
- Ferdinand, A. (2016). *Pengembangan Minat Beli Merek*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi.12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Riyanto, A. D. (2022, Februari 15). Hootsuite (We Are Social): Indonesian Digital Report 2022. Retrieved Maret 17, 2023, from Andi.Link: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta. S
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan Dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Trirahayu, A.A. & Putri, B.B. (2019). Pengaruh Media Sosial Instagram @amazingtasikmalaya Terhadap Minat Berkunjung Followers Ke Objek Wisata Tasikmalaya. *E-Proceeding Of Management*, 6(2), 3-4
- Wardani, D.S. (2022). Pengaruh Komponen 4 A (Atraksi, Amenitas, Aksesibilitas Dan Ancillary) Di Palembang Bird Park. *Skripsi*. Palembang: Politeknik Negeri sriwijaya