

SKRIPSI

Pengaruh Konten Instagram @banjarinfo Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Kalimantan Selatan

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1) Pada

Program Studi Ilmu Komunikasi



OLEH:

Shafwan Rijani

NIM: 1810414310039

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN
TEKNOLOGI**

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

ILMU KOMUNIKASI

2023



KEMENTERIAN PENDIDIKAN,
KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jl. Brigjend H.Hasan Basry Kayu Tangi Telp. (0511) 3304595 Banjarmasin (70123)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH KONTEN INSTAGRAM @BANJARINFO TERHADAP MINAT
BERKUNJUNG WISATAWAN DI KALIMANTAN SELATAN

A. Nama Mahasiswa : Shafwan Rijani

NIM : 1810414310039

B. Telah dinyatakan LULUS dengan nilai dalam ujian mempertahankan skripsi Tingkat Sarjana (S1), Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat, pada tanggal 19 Juni 2023.

C. Tim Penguji:

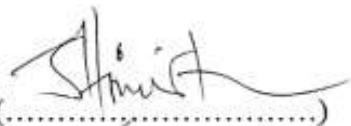
a. Ketua

Dr. Yuanita Setyastuti, M.Si
NIP 198208212006042002


(.....)

b. Sekretaris

Dr. Siswanto, M.Si
NIP. 197610052008121002


(.....)

c. Anggota

Ahmad Bayu Candrabuwono., S.IKOM., M.A
NIP 19900108201707104001


(.....)

Banjarmasin, 13 Juli 2023
Ketua Pembimbing



Dr. Yuanita Setyastuti, M.Si
NIP 198208212006042002

Mengetahui
Dekan FISIP ULM



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si.
NIP. 197301221998021001

ABSTRACT

Shafwan Rijani, 1810414310039, 2023, The Influence of @banjarinfo Instagram Content on Tourist Interest in South Kalimantan. Supervised by Dr Yuanita Setyastuti.

The @banjarinfo Instagram account is a source of information about tourism in southern Kalimantan throught content, and provide recommendations for tourism spots in South Kalimantan.

So the reasearch this study aims to determine to measure how much the influence of Banjarinfo Instagram content affects the interest of visiting tourists to tourism in South Kalimantan. This research uses a descriptive method with a quantitative approach. How to obtain data in this study using questionnaires as primary data and secondary data obtained from records, journals, articles, and books. The analysis technique used is simple linear regression analysis.

From the results of this study obtained a calculated significance value of $0.00 < 0.05$, and a simple linear regression equation is obtained, namely $Y = 9.826 + 0.251X$, meaning that the value (a) or constant is 9.826, this value indicates that when the content (X) is zero or not increase, visiting interest (Y) will still be 9.826. Then the coefficient value (b) of 0.251 (positive) shows a unidirectional effect which means that if the Content is increased by one unit, it will increase the Interest in Visiting by 0.251. From the results of this study also obtained a correlation / relationship value (R) of 0.357. From this output, the coefficient of determination (R Square) is 0.127, which means that the effect of variabel (X) Content on variabel (Y) Visit Interest is 12.7%. Then the results of the hypothesis based on this study state that H_a is accepted and H_0 is rejected, thus there is an influence between the content of tourist destinations on Instagram banjarinfo in tourist visiting interest significantly and positively.

Keywords : *Content, Instagram, Visit Interest, New Media*

ABSTRAK

Shafwan Rijani, 1810414310039, 2023, Pengaruh Konten Instagram @banjarinfo Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Kalimantan Selatan. Dibimbing oleh Dr. Yuanita Setyastuti.

Akun instagram @banjarinfo menjadi tempat sumber informasi tentang wisata di Kalimantan Selatan melalui konten dan menyediakan rekomendasi tempat pariwisata di Kalimantan Selatan.

demikian penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui untuk mengukur seberapa besar pengaruh konten *instagram* Banjarinfo mempengaruhi terhadap minat berkunjung wisatawan ke pariwisata di Kalimantan Selatan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Cara memperoleh data dalam penelitian ini menggunakan kuisioner sebagai data primer dan data sekunder diperoleh dari catatan, jurnal, artikel, dan buku – buku. Adapun teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana

Dari Hasil penelitian ini diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$, dan diperoleh persamaan regresi linear sederhana yaitu $Y = 9,826 + 0,251X$, artinya nilai (a) atau konstanta sebesar 9,826, nilai ini menunjukkan bahwa pada saat konten (X) bernilai nol atau tidak meningkat maka Minat Berkunjung (Y) akan tetap bernilai 9,826. Kemudian koefisien nilai (b) sebesar 0,251 (positif) menunjukkan pengaruh yang searah yang artinya jika Konten ditingkatkan sebesar satu satuan maka akan meningkatkan Minat Berkunjung sebesar 0,251. Dari hasil penelitian ini juga diperoleh nilai korelasi/hubungan (R) yaitu sebesar 0,357. Dari output tersebut diperoleh koefisiensi determinasi (R Square) sebesar 0,127, yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel (X) Konten terhadap variabel (Y) Minat Berkunjung adalah sebesar 12,7%. Maka hasil hipotesis berdasarkan penelitian ini menyatakan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak, dengan demikian terdapat pengaruhh antara konten destinasi wisata di instagram banjarinfo dalam minat berkunjung wisatawan secara signifikan dan positif.

Kata Kunci : Konten, Instagram, Minat Berkunjung, New Media

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT karena atas berkat limpahan rahmat-Nya lah sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan proposal penelitian skripsi yang berjudul “Pengaruh Konten Instagram @banjarinfo Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Kalimantan Selatan”. Adapun proposal penelitian skripsi ini dikerjakan sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi S1 Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.

Dalam melakukan penyusunan proposal skripsi ini, peneliti menyadari bahwa banyak pihak yang turut terlibat dan telah memberikan banyak bantuan, bimbingan, kritik, dan saran bagi peneliti. Terimakasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada Bapak/Ibu :

1. Prrof. Dr. Ahmad Alim Bachri, S.E., M.Si. selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
3. Dr. Yuanita Setyastuti, S.IP., M.Si. selaku Ketua Program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat dan sekaligus sebagai pembimbing skripsi.
4. Dr. Siswanto Rawali, S.Sos, M.Si selaku dosen pembimbing akademik.
5. Ahmad Bayu Chandrabuwono., S.IKOM., M.A sebagai dosen penguji yang telah memberikan saran dan masukan pada skripsi penulis.

Penulis menyadari bahwa penulisan ini mungkin saja belum memenuhi harapan, namun penulis berupaya semaksimal mungkin meskipun masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran sebagai upaya timbal balik untuk menjadi bahan evaluasi penulis dalam menyusun penelitian ini maupun penelitian lain ke depannya.

Banjarmasin, 13 Juli 2023

Shafwan Rijani

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1 Manfaat Teoritis	13
1.4.2 Manfaat Praktis	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1. Penelitian Terdahulu.....	15
2.2. Komunikasi	19
2.2.1. Definisi Komunikasi	19
2.2.2. Unsur – Unsur Komunikasi.....	21
2.2.3. Fungsi Komunikasi	24
2.2.4. Tujuan Komunikasi.....	27
2.3. New Media	29
2.4. Komunikasi Pemasaran	31
2.5. Media Sosial	32
2.6. Instagram	34
2.7. Konten	35
2.8. Minat Berkunjung.....	37
2.9. Komunikasi Pariwisata.....	37
2.10. Tinjauan Teori.....	41
2.10.1. Teori S-O-R (<i>Grand Theory</i>)	41
2.10.2. AIDA (<i>Applied Theory</i>)	42
2.11. Kerangka Berpikir.....	44
2.12. Hipotesis Kerangka Berpikir	44

BAB III METODE PENELITIAN	45
3.1 Pendekatan Penelitian.....	45
3.2 Tipe Penelitian.....	45
3.3 Objek Penelitian	46
3.4 Populasi dan Sampel	46
3.4.1 Populasi Penelitian	46
3.4.2 Sampel Penelitian.....	46
3.4.2.1 Pengambilan Sampel.....	46
3.4.2.2 Penentuan Ukuran Sample	46
3.5 Jenis dan Sumber Data	48
3.5.1 Data Primer	48
3.5.2 Data Sekunder	48
3.6 Teknik Pengumpulan Data	48
3.7 Definisi Operasional.....	49
3.8 Uji Validitas dan Realibilitas.....	51
3.8.1 Uji Validitas Data.....	51
3.8.2 Reabilitas.....	52
3.9 Teknik Analisis Data	53
3.9.1 Analisis Deskriptif	53
3.9.2 Uji Analisis Klasik.....	54
3.9.2.1 Uji Normalitas.....	54
3.9.2.2 Uji Linearitas	54
3.9.2.3 Uji Heteroskedasitas	54
3.10 Pengujian Hipotesis	55
3.10.1 Regresi Linier Sederhana.....	55
3.11 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	56
3.11.1 Lokasi Penelitian.....	56
3.11.2 Waktu Penelitian.....	56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	58
4.1 Gambaran Umum	58
4.1.1 Profil Banjar info	58
4.2 Hasil Penelitian.....	59

4.2.1	Karakteristi Responden.....	59
4.2.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	59
4.2.1.2	Karakteristik Responden Umur	61
4.2.2	Uji Deskriptif.....	62
4.2.2.1	Distribusi Frekuensi Variabel Konten	62
4.2.2.2	Distribusi Frekuensi Variabel Minat Berkunjung.....	68
4.2.3	Analisis Hipotesis Mayor (X-Y) Pengaruh Konten Instagram @banjarinfo Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Kalimantan Selatan .	72
4.2.4	Uji Asumsi Klasik	73
4.2.4.1	Uji Normalitas.....	73
4.2.4.2	Uji Linieritas	75
4.2.4.3	Uji Heteroskedasitas	76
4.2.5	Pengujian Hipotesis	77
4.2.5.1	Analisis Uji Regresi Linear sederhana.....	77
4.3	Pembahasan	80
4.3.1	Pengaruh Konten Destinasi Wisata Terhadap Minat Berkunjung	82
4.3.2	Penerapan Teori S-O-R.....	87
4.3.3	Penerapan Applied Theory AIDA	88
BAB V PENUTUP		90
5.1	Kesimpulan.....	90
5.2	Saran	91
5.2.1	Saran Praktis	91
5.2.2	Saran Akademis	92
DAFTAR PUSTAKA		93
LAMPIRAN		96

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
3.1 Penentuan sample dari Isaac dan Michael	47
3.2 Operasionalisasi Variabel X Konten Instagram	50
3.3 Operasionalisasi Variabel Y Minat Berkunjung	50
3.4 Uji Validitas.....	52
3.5 Uji Reliabilitas	53
3.6 Waktu Penelitian	56
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	61
4.3 Distribusi Frekuensi Variabel Konten	63
4.4 Rekapitulasi Distribusi Variabel Konten.....	67
4.5 Distribusi Frekuensi Variabel Minat Berkunjung	68
4.6 Rekapitulasi Distribusi Variabel Minat Berkunjung	71
4.7 Hasil Uji Analisis Hipotesis	72
4.8 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov.....	74
4.9 Hasil Uji Linieritas.....	76
4.10 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	78
4.11 Hasil Koefisiensi Determinasi (R Square).....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1 Diagram Perkembangan Potens Daya Saing.....	3
1.2 Tampilan Halaman Utama Akun Instagram @banjarinfo.....	6
1.3 Tampilan Halaman Utama Akun Instagram wisata_banjar.....	7
1.4 Tampilan Halaman Utama Akun Instagram instakalse.....	8
1.5 Menampilkan bagian komentar dikonten banjarinfo.....	10
1.6 Salah satu postingan di akun Instagram @banjarinfo.....	11
4.1 Logo Banjar Info.....	58
4.2 Profil Instagram Banjar Info.....	59
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	61
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	62
4.5 Hasil Uji Normalitas dengan Metode Grafik (Normal P-Plot Regression)....	75
4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	76