

PENGARUH TERPAAN MEDIA PADA AKUN INSTAGRAM @EXPLORESIAK TERHADAP MINAT KUNJUNGAN WISATA KE SIAK SRI INDRAPURA

Putri Raudatul Munawwaroh
Email : Putriraudatulm57@gmail.com

Pembimbing : Evawani Elysa Lubis, M.Si

Jurusan Ilmu komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Riau

Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Riau
Kampus bina Widya jl. H.R. Soebrantas Km. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru 28293-
Telp/Fax. 0761-63277

Abstract

Instagram is one of the social media not only to facilitate users to interact with other users, but also can be used as a disseminator of information varied. One form of social media used to disseminate information netizen is Instagram. Instagram accounts that attract much attention of social media users Instagram is an account named @Exploresiak. Instagram account @Exploresiak an Instagram account that provides specific information about the tourist attractions in Siak Sri Indrapura. Exposure to messages on social media into media spread information that could potentially bring interest to visit traveled to the town of Siak Sri Indrapura. The theory used in this research is the theory of SOR. The purpose of this study was to determine how much influence the media exposure @Exploresiak Instagram account of the interests of tourist visits to Siak Sri Indrapura.

This reseacrh used quantitative research methods, with data collecting techniques that is through the spreed of online questionnaires using google docs to followers @Exploresiak account with 155 sample counts that are determined through random sampling. The analysis techniques data in this reseacrh using descriptive statistical techniques.

Based on these results, the effect of media exposure on @Exploresiak instagram account the interest of tourism in Sri Indrapura Siak it was obtained that regression coefficients value is $Y = 10,278 + 0,742 X$ with a significance level of less than $\alpha = 0.05$. it means that there is the influence of the effect of media exposure on the Instagram account of the interests of tourist visits @Exploresiak To Siak Sri Indrapura of 50.8% and categorized as moderate, while 49.2% are influenced by other factors not mentioned in the study. This H_0 rejected and H_a accepted.

Keyword : Exposure, Instagram, Interest

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi pada saat ini sangat pesat sekali terutama dibidang informasi komunikasi.. Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual yang merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.

Pada dasarnya media sosial merupakan perkembangan mutakhir dari teknologi – teknologi perkembangan *web* baru berbasis internet, yang memudahkan semua orang untuk dapat berkomunikasi, berpartisipasi, saling membagi dan membentuk sebuah jaringan secara *online*, sehingga dapat menyebarluaskan konten mereka sendiri. *Post* di blog, *tweet*, atau video youtube dapat direproduksi dan dapat dilihat secara langsung oleh jutaan orang secara gratis (Zarella, 2010:2-3)..

Pada tanggal 26 Januari 2017, perusahaan riset *We Are Social* kembali mengumumkan laporan terbaru mereka terkait perkembangan penggunaan internet di seluruh dunia. Hasilnya, mereka menyebut Indonesia sebagai Negara dengan pertumbuhan jumlah pengguna internet terbesar di dunia. Pada tahun 2016, jumlah pengguna internet sekitar 88,1 juta jiwa dan pada awal tahun 2017 mengalami peningkatan jumlah pengguna internet di tanah air sebesar 51 persen sekitar 132,7 juta. Namun dari sisi perangkat yang digunakan untuk mengakses internet, tidak ada perubahan yang berarti. Sebanyak 69 persen masyarakat Indonesia masih mengakses internet melalui perangkat *mobile*, dan sisanya melalui *desktop* dan tablet. (Sumber : techinasia.com).

Salah satu alasan mengapa media sosial sangat siap disambut oleh masyarakat umum adalah bahwa media sosial membantu untuk menghubungkan orang satu sama lain dengan cara yang berharga, berarti, dan mudah, dengan cara mereka sendiri, dan dalam skala yang belum pernah ada sebelumnya.

Salah satu media sosial yang semakin pesat perkembangannya adalah Instagram. Dimana *Instagram* merupakan Suatu jejaring sosial yang mempunyai tujuan untuk membantu penggunanya mengambil foto, menerapkan filter digital dan memotong gambar atau video serta membagikannya kepada pengguna lain. Pasalnya pada Juni lalu, Facebook menyebut kalau jumlah pengguna aktif *Instagram* adalah 500 juta pengguna. Sejak pengumuman itu, hanya ada satu penambahan fitur di *Instagram* yang berarti. Yaitu *Instagram Stories*, yang bisa dibilang adalah fitur tiruan dari Snapchat, (demikian dikutip detikINET dari *The Verge*, Jumat 16/12/2016).(<https://inet.detik.com/cyber-life/d-3372683/pengguna-aktifinstagram-tembus-600-juta> diakses tanggal 2 februari 2017 pukul 17:50 wib)

Terpaan merupakan intensitas keadaan khalayak dimana terkena pesan-pesan yang disebarkan oleh suatu media. Menurut Ardianto (2014: 168), terpaan dapat diartikan sebagai kegiatan mendengar, melihat, dan membaca pesan-pesan media ataupun mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut yang dapat terjadi pada individu atau kelompok. Terpaan media berusaha mencari data khalayak tentang penggunaan media baik jenis media, frekuensi penggunaan maupun durasi penggunaan. Penggunaan jenis media meliputi media audio, audiovisual, media cetak, dan media online. (Ardianto,2014:168).

Teori S-O-R yang dikemukakan oleh Hovland, et.al (1953) sebagai singkatan Stimulus – Organism - Response. Objek materialnya adalah manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen: sikap, opini, perilaku, kognisi afeksi dan konasi. Menurut teori ini, organism menghasilkan perilaku tertentu jika ada kondisi stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi (Effendy, 2005: 254). Oleh karena itu, dalam teori ini kita dapat melihat gambaran tentang tiga elemen yang penting yang membantu peneliti dalam memecahkan permasalahan dalam penelitian, yaitu : *Stimulus*, (S), merupakan pesan yang disampaikan kepada komunikasi. *Organism*, (O), yaitu penerima pesan yang memberikan perhatian terhadap stimulus yang disampaikan kepadanya dan *Response*, (R), merupakan akibat atau efek perubahan sikap bergantung pada proses terhadap individu.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini adalah berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Aditya Tri Wibowo tahun 2015 mengenai Pengaruh Terpaan Media sosial *Instagram* @Explorelombok terhadap minat kunjungan wisata di pulau Lombok (studi eksperimen pada pengguna *Instagram* kalangan mahasiswa kota Malang). Universitas Brawijaya, secara garis besar, Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan pengaruh terpaan media sosial *Instagram* @explorelombok terhadap minat kunjungan wisata di pulau Lombok antara kelompok eksperimen dan kelompok control. Terpaan sosial memiliki pengaruh terhadap minat responden.

Selanjutnya penelitian yang juga relevan dengan penelitian ini adalah penelitian yang telah dilakukan oleh Anjara Pawestri Iva tahun 2014 mengenai Pengaruh Terpaan Media sosial *Twitter* @wisatasemarang dan kelompok referensi

follower terhadap minat *follower* @wisatasemarang untuk berwisata di kota Semarang. Universitas Diponegoro, secara garis besar, Hasil dari penelitian ini menunjukkan pengaruh terpaan media sosial akun *twitter* @wisatasemarang dan kelompok referensi *follower* terhadap minat *follower* untuk berwisata di kota Semarang adalah 49,41%, sehingga masih ada 50,59 % variabel lain yang memengaruhi minat follower akun *twitter* @wisatasemarang untuk berwisata di kota Semarang.

Peran teknologi informasi tidak dipungkiri berhasil mempengaruhi perkembangan dunia pariwisata Indonesia. Kehadiran media sosial yang membantu menyebarkan informasi dalam berbagai bentuk seperti foto, teks, dan video. Salah satu bentuk media sosial yang digunakan netizen untuk menyebarkan informasi pariwisata adalah *Instagram*. Peranan *Instagram* cukup besar. Untuk pariwisata sendiri, banyak traveler sekarang ikut mulai berwisata setelah melihat foto di *Instagram*. *Instagram* menjadi platform efektif untuk menyebarkan informasi pariwisata. (<http://travel.kompas.com/read/2015/07/04/0916000/Instagram.Efektif.Menyebarkan.Informasi.Pariwisata.%20Diakses.tanggal.30.januari.2017.pukul.21:30.wib>).

Salah satu akun *Instagram* yang menginformasikan pariwisata adalah Akun *Instagram* @Exploresiak yang memberikan konsep informasi tempat – tempat wisata di kota Siak Sri Indrapura agar dikenal oleh khalayak. Akun *Instagram* @Exploresiak mengajak para followersnya untuk sadar akan wisata di Siak Sri Indrapura dan dengan bersama-sama mempromosikan wisata Siak Sri Indrapura kepada khalayak.

Selain akun @Exploresiak, banyak terdapat akun-akun sejenis yang memberikan informasi terkait tempat wisata di Kota Siak Sri Indrapura yaitu akun

@Visitsiak dan akun @Siak_wak. Akun @Exploresiak memiliki lebih banyak *followers* dibandingkan dengan akun *Instagram* tempat wisata Siak lainnya. Akun @Exploresiak memiliki *followers* sebanyak 17.100, akun @Siak_wak memiliki *followers* sebanyak 4777 dan akun @Visitsiak memiliki *followers* sebanyak 2242 (www.instagram.com diakses tanggal 30 Agustus 2017 pukul 22: 38 Wib).

Siak adalah sebuah kabupaten di Provinsi Riau yang dulunya merupakan pusat kesultanan Islam terbesar di Riau yaitu Siak Sri Indrapura. Warisan kebesarannya pun hingga kini masih nampak di berbagai sudut kota. Sejarahnya yang panjang telah meninggalkan warisan peradaban Melayu yang mengagumkan dan pantas dibanggakan Indonesia. Selain itu di Siak juga memiliki potensi wisata yang perlu di ketahui dan untuk di kunjungi.

Adapun beberapa tempat wisata di siak sri indrapura yang wajib di kunjungi adalah Istana Siak, Masjid Sultan, Makam Marhum Buntan, Balai Kerapatan Tinggi, Wisata Bahari Danau Pulau Besar, Wisata Sungai dan Wisata Agro, Taman Hutan Raya Sultan Syarif Qasyim, Monumen Pompa Angguk, Bangunan Peninggalan Belanda, dan Kapal Kato. Dengan beragam peninggalan tersebut membuat Kota Siak menjadi salah satu lokasi wisata sejarah yang sayang untuk dilewatkan. (*Sumber : Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Siak Tahun 2017*).

Minat berkunjung pada dasarnya adalah dorongan dari dalam diri konsumen berupa keinginan untuk mengunjungi suatu tempat atau wilayah yang menarik perhatian seseorang tersebut. Philip Kotler *et al* (2006:198) dalam *Marketing for Hospitality and Tourism* mengasumsikan bahwa minat pembelian pada konsumen dapat disamakan dengan minat berkunjung pada wisatawan. Hal tersebut dapat dilihat pada perilaku yang

sama. Konsumen atau Wisatawan dalam memutuskan untuk berkunjung memiliki berbagai pertimbangan seperti halnya sebelum melakukan pembelian. Dalam proses untuk memilih, terdapat satu aspek dimana calon konsumen atau wisatawan dapat menentukan seperti apa tujuan dari pilihan yang ada dibenak konsumen atau wisatawan tersebut.

Berdasarkan uraian dan penjelasan yang telah di kemukakan sebelumnya, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Terpaan Media Pada Akun *Instagram* @Exploresiak Terhadap Minat Kunjungan Wisata Ke Siak Sri Indrapura”.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Teori S-O-R (Stimulus – Organism – Respon)

Teori S-O-R yang dikemukakan oleh Hovland, et.al (1953) sebagai singkatan Stimulus – Organism - Response. Objek materialnya adalah manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen: sikap, opini, perilaku, kognisi afeksi dan konasi. Menurut teori ini, organism menghasilkan perilaku tertentu jika ada kondisi stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi (Effendy, 2005: 254).

2. Terpaan Media

Terpaan merupakan intensitas keadaan khalayak dimana terkena pesan-pesan yang disebarkan oleh suatu media. Menurut Ardianto (2014: 168), terpaan dapat diartikan sebagai kegiatan mendengar, melihat, dan membaca pesan-pesan media ataupun mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut yang dapat terjadi pada individu atau kelompok. Terpaan media berusaha mencari data khalayak tentang penggunaan media baik jenis media, frekuensi penggunaan maupun durasi

penggunaan. Penggunaan jenis media meliputi media audio, audiovisual, media cetak, dan media online.

Media exposure atau terpaan media Menurut (Sari, 1993), frekuensi penggunaan meliputi berapa kali seseorang menggunakan media dalam jangka waktu tertentu. Durasi media menghitung berapa lama audience berhubungan atau mengikuti suatu program di media. Sementara itu menurut Rosengren (1974), penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media, jenis isi media, media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan (Kriyantono, 2008:207).

3. Media social

Pada dasarnya media sosial merupakan perkembangan mutakhir dari teknologi – teknologi perkembangan *web* baru berbasis internet, yang memudahkan semua orang untuk dapat berkomunikasi, berpartisipasi, saling membagi dan membentuk sebuah jaringan secara *online*, sehingga dapat menyebarluaskan konten mereka sendiri. *Post* di blog, *tweet*, atau video youtube dapat direproduksi dan dapat dilihat secara langsung oleh jutaan orang secara gratis (Zarella, 2010:2-3).

Media jejaring sosial adalah situs yang menjadi tempat orang – orang yang berkomunikasi dengan teman – teman mereka, yang mereka kenal di dunia nyata dan didunia maya (Zarella, 2010:51). Dengan adanya media jejaring sosial seseorang lebih mudah untuk berbagi informasi, melakukan jejaring pertemanan, saling berkirip pesan ataupun untuk mengetahui informasi seputar tempat wisata yang ada didunia maya.

4. Instagram

Instagram berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata

"insta" berasal dari kata "instan", seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan "foto instan". Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata "gram" berasal dari kata "telegram" yang cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan Instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan Internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah Instagram berasal dari kata instan dan telegram. (<https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram> diakses tanggal 7 februari 2017 pukul 17:03)

5. Minat kunjungan

Minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh (Slameto, 2010: 180). Minat merupakan sumber motifasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan jika mereka bebas memilih. Bila mereka melihat bahwa sesuatu akan menguntungkan kemudian mereka berminat dan mendatangkan kepuasan. Bila kepuasan berkurang maka minat pun ikut berkurang.

Penelitian yang dilakukan oleh Ramadhan (dalam jurnal Universitas Brawijaya Malang. Vol.28 No.1, 2015) mengatakan bahwa Minat berkunjung pada dasarnya adalah dorongan dari dalam diri konsumen berupa keinginan untuk mengunjungi suatu tempat atau wilayah yang menarik perhatian seseorang tersebut. Philip Kotler *et al* (2006:198) dalam *Marketing for Hospitality and Tourism* mengasumsikan bahwa minat pembelian pada konsumen dapat disamakan dengan minat berkunjung pada wisatawan. Hal tersebut dapat dilihat pada perilaku yang sama. Belum ada teori terkait mengenai minat serta keputusan

berkunjung, akan tetapi sesuai dengan teori Kotler *et al.*, bahwa minat berkunjung disetarakan dengan minat pembelian yang diukur oleh indikator yang sama. Konsumen atau Wisatawan dalam memutuskan untuk berkunjung memiliki berbagai pertimbangan seperti halnya sebelum melakukan pembelian. Dalam proses untuk memilih, terdapat satu aspek dimana calon konsumen atau wisatawan dapat menentukan seperti apa tujuan dari pilihan yang ada dibenak konsumen atau wisatawan tersebut. Dorongan yang kuat dan memotivasi untuk memilih sebagai suatu tindakan inilah yang kemudian disebut dengan minat. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini terkait minat berkunjung adalah:

1. Ketertarikan
2. Pencarian informasi

6. Wisata

Wisata menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah bepergian bersama – sama untuk memperluas pengetahuan, bersenang – senang, dsb. Pengertian kepariwisataan yaitu :

1. wisata adalah perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Wisata juga dapat diartikan sebagai piknik.
2. Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata.
3. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah.
4. Kepariwisata adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi

serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan Negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha (Irawan, Koko, 2010).

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan untuk ‘judul Pengaruh Terpaan Media pada akun *Instagram* @Exploresiak terhadap minat kunjungan wisata ke Siak Sri Indrapura’ ini adalah riset kuantitatif, dimana data penelitian berupa angka-angka dan analisis yang menggunakan statistic (Sugiyono, 2010: 7).

Sementara itu jenis atau tipe riset yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Eksplanasi.

Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah keseluruhan dari objek atau fenomena yang diteliti. Menurut Kriyantono (2008 : 151) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari : objek atau subjek yang memp unyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, dan kemudian ditarik suatu kesimpulan.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh *followers* akun *Instagram* @Explorsiak. Berdasarkan data penulis temukan *followers* akun *instagram* @Explorsiak berjumlah 17.100 (pada periode 30 Agustus 2017)

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2010: 91). Pengambilan data dapat diambil dengan menggunakan tehnik sampel random sampling yaitu tehnik

sampling yang memberikan peluang yang sama kepada anggota populasi untuk dapat menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2010:103). Oleh karena itu respondennya adalah *followers* akun *Instagram* @Exploresiak.

Jenis dan sumber data

Data menurut sumbernya dan dikumpulkan dapat dibagi menjadi dua, yaitu :

a. Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh dari sumber data pertama atau tangan pertama dilapangan (Bungin, 2006:41).

Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari para *followers* akun *Instagram* @Exploresiak. melalui penyebaran kuesioner.

b. Data Sekunder

Data Sekunder, adalah data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (dihasilan pihak lain) atau digunakan oleh lembaga lainnya yang bukan merupakan pengolahannya, tetapi dapat dimanfaatkan dalam suatu penelitian tertentu. Data sekunder umumnya berbentuk catatan atau laporan data dokumentasi oleh lembaga tertentu yang dipublikasikan (Ruslan, 2004:138).

Data sekunder dalam penelitian ini yaitu data yang diambil dari sumber bacaan lain seperti buku, jurnal, maupun *website*.

Teknik pengukuran data

Pengukuran adalah upaya pemberian tanda angka atau bilangan pada suatu objek atau peristiwa dengan aturan – aturan tertentu. Pengukuran adalah upaya memberikan nilai- nilai pada variabel (Kriyantono, 2008 :133) . pada penelitian ini digunakan Skala Likert untuk mengukur data dari responden. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap seseorang tentang sesuatu objek sikap. Objek sikap ini biasanya telah ditentukan secara spesifik dan sistematis oleh periset. Indikator – indikator dari variabel sikap terhadap suatu objek merupakan titik tolak dalam membuat pernyataan yang harus diisi responden (Kriyantono, 2008:136).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh terpaan media pada akun *instagram* @Exploresiak terhadap minat kunjungan wisata ke Siak Sri Indrapura. Dalam rangka keperluan penelitian, pada bab sebelumnya telah dijelaskan bahwa penelitian melakukan pengumpulan data primer dengan menggunakan kuesioner yang diajukan kepada 155 responden. Dan dari hal tersebut, maka diperoleh hasil penelitian dan pembahasan sebagai berikut :

Hasil dan Pembahasan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan jumlah responden dengan dengan jenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 95 (61,3%) responden, sedangkan jenis kelamin laki – laki sebanyak 60 (38,7%). Hal ini menunjukkan responden berjenis kelamin perempuan lebih banyak ditemui dilapangan bila dibandingkan dengan jenis kelamin laki – laki.

Table 5. 1 :
Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap
Variabel Independen (Terpaan Media)

No	Item Pernyataan	SS	S	KR	TS	Total
1	Saya pernah melihat kali informasi tempat wisata yang diunggah oleh akun Instagram @Exploresiak.	25 (16,1%)	67 (43,2%)	39 (25,2%)	24 (15,5%)	I55 (100%)
2	Saya pernah membaca... kali informasi tempat wisata yang diunggah oleh akun Instagram @Exploresiak	26 (16,8%)	57 (36,8%)	41 (26,5%)	31 (20%)	I55 (100%)
3	Dalam satu waktu, rata – rata saya menghabiskan ... detik melihat informasi tempat wisata di akun instagram @Exploresiak.	50 (32,3%)	73 (47,1%)	22 (14,2%)	10 (6,5%)	I55 (100%)
4	Dalam satu waktu, rata – rata saya menghabiskan ... detik membaca informasi tempat wisata di akun instagram @Exploresiak.	67 (42,2%)	64 (41,3%)	12 (7,7%)	12 (7,7%)	I55 (100%)
5	Saya tahu pesan apa yang diinformasikan oleh akun instagram @Exploresiak setelah melihat foto yang diunggah oleh akun tersebut.	68 (43,9%)	80 (51,6%)	7 (4,5%)	0	I55 (100%)
6	Saya tahu pesan apa yang diinformasikan oleh akun instagram @Exploresiak setelah membaca keterangan (Metion) pada foto yang diunggah oleh akun tersebut.	69 (44,5%)	81 (52,3%)	5 (3,2%)	0	I55 (100%)
7	Tempat – tempat wisata yang diunggah oleh akun instagram @Exploresiak cukup memberikan informasi wisata untuk saya.	76 (49%)	72 (46,5%)	5 (3,2%)	2 (1,3%)	I55 (100%)
Jumlah		381 (35,1%)	494 (45,5%)	131 (12%)	79 (7,2%)	1085 (100%)

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2017

Table 5. 2 :
Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Dependen
(Minat Kunjungan)

No	Item Pernyataan	SS	S	KR	TS	Total
1	saya ingin mengunjungi lokasi tempat wisata siak sri indrapura setelah melihat unggahan foto wisata di akun @Exploresiak pada instagram.	58 (37,4%)	81 (52,3%)	13 (8,4%)	3 (1,9%)	155 (100%)
2	Saya ingin mengunjungi lokasi tempat wisata siak sri indrapura setelah melihat unggahan Video wisata di akun @Exploresiak pada instagram.	54 (4,8%)	87 (56,1%)	12 (7,7%)	2 (1,3%)	155 (100%)
3	Saya selalu mengikuti akun @Exploresiak	57 (36,8%)	88 (56,8%)	10 (6,5%)	0	155 (100%)
4	mata saya akan secara otomatis tertuju pada unggahan foto tempat wisata siak sri indrapura di akun instagram @exploresiak yang menarik perhatian saya.	58 (37,4%)	86 (55,5%)	8 (5,2%)	3 (1,9%)	155 (100%)
5	Saya akan memperhatikan dengan seksama pada unggahan foto tempat wisata siak sri indrapura di akun instagram @exploresiak yang menarik bagi saya.	58 (37,4%)	81 (52,3%)	14 (9%)	2 (1,3%)	155 (100%)
6	Setelah memperhatikan dengan seksama saya akan mencoba memahami foto tempat wisata siak sri indrapura dia akun instagram @exploresiak tersebut dengan membaca (mention) keterangan pada foto tersebut seperti lokasi dimana wisata tersebut berada.	73 (47,1%)	73 (47,1%)	7 (4,5%)	2 (1,3%)	155 (100%)
7	Timbul rasa minat pada diri saya untuk mengunjungi lokasi tempat wisata siak sri indrapura yang diunggah oleh akun @exploresiak	51 (32,9%)	94 (60,6%)	9 (5,8%)	1 (6%)	155 (100%)
8	Saya akan berusaha mengingat foto tempat wisata siak sri indrapura di akun instagram @expolresiak dan lokasinya untuk datang mengunjungi wisata tersebut.	56 (36,1%)	90 (58,1%)	9 (5,8%)	0	155 (100%)
Jumlah		465 (42,8%)	680 (62,7%)	82 (7,5%)	13 (1,2%)	1085 (100%)

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2017

2004:158). Adapun uji reliabilitas pada penelitian ini sebagai berikut :

UJI VALIDITAS

Suatu butir pernyataan dikatakan valid jika nilai r-hitung yang merupakan nilai dari corrected item-total correlation koefisien

yang berkisar antara 0,30 sampai 0,50 telah dapat memberikan kontribusi yang baik terhadap efisiensi suatu lembaga penelitian (Nugroho,2005).

Table 3. 1
Hasil Uji Validitas

No. Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,663	0,361	Valid
2	0,745	0,361	Valid
3	0,647	0,361	Valid
4	0,641	0,361	Valid
5	0,657	0,361	Valid
6	0,655	0,361	Valid
7	0,641	0,361	Valid
8	0,773	0,361	Valid
9	0,810	0,361	Valid
10	0,774	0,361	Valid
11	0,792	0,361	Valid
12	0,835	0,361	Valid
13	0,765	0,361	Valid
14	0,710	0,361	Valid
15	0,487	0,361	Valid

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2017

UJI REALIBILITAS

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur indikator dan konstruk. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistic *cronbach alpha*. Menentukan reliabilitas alat ukur dengan membandingkan nilai dari perhitungan reliabilitas dengan criteria Guilford dengan koefisien Cronbach alpha sama atau lebih dari 0,60 (Azwar,

Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
Variabel Independen : Terpaan Informasi	7	0,775	Reliabel
Variabel Dependen : Minat Kunjungan	8	0,886	Reliabel

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2017

Dari tabel 5.7 menunjukkan angka pada kolom *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 artinya adalah bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini reliable atau dapat dipercaya.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Table 5. 3 :
Hasil Regresi Linear Sederhana

Model		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	Beta		
B	Std. Error					
(Constant)	10.278	1.297		7.924	.000	
1 Terpaan Media	.742	.059	.712	12.526	.000	

a. Dependent Variable: Minat Kunjungan
Sumber : Data Olahan Peneliti, 2017

Berdasarkan tabel 5.6 terlihat hasil regresi linear sederhana, diperoleh nilai koefisien regresi pada penelitian ini adalah $Y = 10.278 + 0,742 X$. bilangan kostanta (a)

sebesar 10.278 dan koefisien variabel Terpaan Media sebesar 0,745. Apabila hasil dari nilai koefisien regresi memiliki tingkat signifikan yang signifikan lebih kecil dari taraf signifikan yang digunakan $\alpha = 0,05$, berdasarkan perhitungan statistic yang diperoleh, maka hipotesis untuk penelitian ini yaitu terdapat pengaruh antara terpaan media pada akun *Instagram* @Exploresiak terhadap minat kunjungan wisata ke Siak Sri Indrapura, maka artinya bahwa H_a diterima H_0 ditolak.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan adalah untuk melihat sumbangan variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan pengujian yang dilakukan, diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebagai berikut :

Table 5. 4 :
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.712 ^a	.508	.504	2.66004

a. Predictors: (Constant), Terpaan

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2017

Dari tabel 5.7 diatas dapat diketahui nilai R^2 sebesar 0.508. artinya adalah bahwa sumbangan pengaruh terpaan media akun *Instagram* @Exploresiak terhadap minat kunjungan wisata ke Siak Sri Indrapura sebesar 50.8% sedangkan sisanya 49.2 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Pembahasan

Dari hasil pengujian, Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penelitian ini memiliki signifikansi sebesar 0,000 itu artinya hasil tersebut lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa H_a diterima, dengan Artinya terdapat terpaan media akun

Instagram @Exploresiak berpengaruh terhadap minat kunjungan wisata ke Siak Sri Indrapura. Dari nilai R menunjukkan korelasi antara variabel independen dengan variabel dependen yakni bahwa R sebesar 0,712 maka dari model *summary* di atas diketahui nilai R_{Square} sebesar 0,506. Artinya adalah terdapat pengaruh antara terpaan media pada akun *Instagram* @Exploresiak terhadap minat kunjungan wisata ke Siak Sri Indrapura, dengan pengaruh sebesar 50,6 % dengan interval koefisien 40-59,99% yang dikategorikan berpengaruh sedang.

Berdasarkan hasil yang diperoleh peneliti, bahwa antara pengaruh terpaan media akun *instagram* @Exploresiak berpengaruh terhadap minat kunjungan wisata ke Siak Sri Indrapura. Hal ini disebabkan karena terpaan media akun *Instagram* @Exploresiak mampu memenuhi kebutuhan informasi para *followernya*, hal ini dapat terlihat pada umumnya responden menjawab setuju pada variabel terpaan media terhadap semua item pernyataan yang diajukan dengan jumlah skor 495 atau 45.6% yang menjawab setuju. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa responden menilai bahwa terpaan media pada akun *Instagram* @Exploresiak sudah tergolong baik. Pada variabel minat kunjungan pada umumnya responden menjawab setuju terhadap semua item pernyataan yang diajukan dengan jumlah skor 680 atau 54.8% yang menjawab setuju. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa responden menilai bahwa minat kunjungan ke Siak Sri Indrapura sudah tergolong baik.

Adapun kaitan antara teori dan penelitian ini yaitu dimana penelitian ini berlandaskan pada teori S-O-R. Menurut model teori S-O-R ((Stimulus, Organism, Response) ini, efek yang timbul adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi (Effendy, 2005: 254).

Dalam teori S-O-R, bahwa stimulus atau pesan yang disampaikan yang dalam penelitian ini adalah terpaan media dari akun instagram @Exploresiak akan merangsang orang lain untuk memberikan respon. Respon dalam penelitian ini berupa persepsi *followers* terhadap akun *Instagram* @Exploresiak untuk melakukan minat kunjungan ke Siak Sri Indrapura.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aditya Tri Wibowo yang menemukan bahwa ada pengaruh terpaan media sosial *Instagram* @Explorelombok terhadap minat kunjungan wisata di pulau Lombok (Studi Ekperimen pada pengguna *Instagram* dikalangan mahasiswa kota Malang). Kemudian penelitian Anjara Pawestri Iva menyimpulkan adanya pengaruh terpaan media sosial *twitter* @wisatasemarang dan kelompok referensi *follower* terhadap minat *follower* @wisatasemarang untuk berwisata di kota Semarang.

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Hasil analisis yang ditemukan pada penelitian terpaan media terhadap minat kunjungan wisata ke Siak Sri Indrapura dan merupakan hasil dari pengolahan data regresi linear sederhana, menggunakan program SPSS 20 for windows, menunjukkan hasil Sementara berdasarkan table “*Model Summary*” tersebut memperlihatkan bahwa nilai $R = 0,712$ dan koefisien determinasi (R_{square}) yaitu 0,508 hasil pengkuadratan koefisien korelasi $0,712 \times 0,712$. Angka tersebut menunjukkan bahwa pengaruh terpaan media terhadap minat kunjungan wisata ke Siak Sri Indrapura hanya sebesar 50,8 %. Sementara sisanya 49,2 % lagi dipengaruhi oleh variable – 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 stimulus/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.

Model S-O-R (*Stimulus-Organism-Response*) memaparkan bahwa stimulus tertentu dapat merangsang orang lain untuk memberikan respon. Dari pernyataan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa stimulus/ foto yang diunggah oleh akun @Eploresiak akan membuat followers akun tersebut memberikan respon mengenai bagaimana foto yang diunggah oleh akun tersebut. Respon yang diteliti dan didapatkan pada penelitian ini adalah timbulnya minat kunjungan pada *followers*.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro, Lukiati Komala, Siti Karlinah. 2014. *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Azwar, S. 2004. *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta : Pustaka Belajar.
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi : Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta : kencana
- Effendy , Onong Ucjhana, 2005. *Ilmu Komunikasi : Suatu Teori Dan Praktek*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Kriyantono, Rachmat, 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi : Disertai Contoh*

Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran.
Jakarta: kencana

Minat Berkunjung Serta Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung (Survei Pada Wisatawan Kota Surabaya 2015). Universitas Brawijaya Malang. Vol. 28 No. 1

Nugroho, Agung. 2005. *Strategi Jitu Memilih Metode Statistic Penelitian Dengan SPSS.* Yogyakarta: Andi

Ruslan, Rosady. 2004. *Metode Peneletian Public Relations dan Komunikasi.* Jakarta: Grafindo Persada

Slamento. 2010. *Belajar Dan Faktor – Factor Yang Mempengaruhinya.* Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif.* Bandung : Alfabeta

Zarella, Dan. 2010. *The Social Media Marketing Book.* Canada: O'Relly Media. Inc.

Jurnal

Irawan, Koko. 2010. *Potensi Objek Wisata Air Terjun Serdang Sebagai Daya Tarik Wisata Di Kabupaten Labuhan Batu Utara.* Kertas Karya. Program Pendidikan Non Gelar Pariwisata. Universitas Sumatera Utara.

Feriyani, Betha dan Ahyani Radhiani Fitri, 2011. *Perilaku Seksual Pranikah Ditinjau Dari Intensitas Cinta Dan Sikap Terhadap Pornografi Pada Dewasa Awal.* Jurnal Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Vol: 7 No: 2

Ramadhan, Abdurrahman Hikmah, 2015. *Pengaruh City Branding Terhadap*

Sumber Lain

techinasia.com

www.instagram.com

<https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>
diakses tanggal 7 februari 2017
pukul 17:03 Wib

<http://travel.kompas.com/read/2015/07/04/0916000/Instagram.Efektif.Menyebarkan.Informasi.Pariwisata.%20> Diakses tanggal 30 januari 2017 pukul 21:30 Wib

<https://inet.detik.com/cyber-life/d-3372683/pengguna-aktif-instagram-tembus-600-juta> diakses tanggal 2 februari 2017 pukul 17:50 Wib.

<https://id.techinasia.com/pertumbuhan-pengguna-internet-di-indonesia-tahun-2016> diakses tanggal 6 Mei 2017 pukul 11:39 Wib.