

**PENGARUH PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
TERHADAP MINAT BERKUNJUNG *FOLLOWERS* KE KOTA SOLOK**

SKRIPSI

*Diajukan Kepada Tim Penguji Skripsi Jurusan Pariwisata
Sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Sains Terapan*



Oleh:

**CLARANA HANDINI PUTRI
Nim: 17135088**

**PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN PERHOTELAN
JURUSAN PARIWISATA
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2021**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

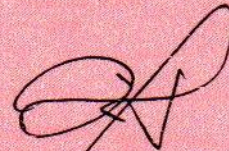
**PENGARUH PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
TERHADAP MINAT BERKUNJUNG *FOLLOWERS* KE KOTA SOLOK**

Nama : Clarana Handini Putri
NIM/BP : 17135088/2017
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Jurusan : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, November 2021

Disetujui Oleh:

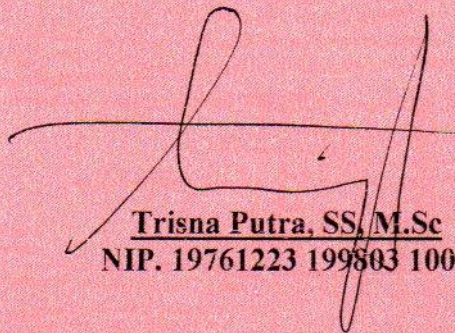
Pembimbing



Hijriyantomu Suyuthie, S.Ip., M.M

NIP. 197809032010121001

Ketua Jurusan Pariwisata FPP UNP



Trisna Putra, SS, M.Sc

NIP. 19761223 199803 1001

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Dinyatakan Lulus Setelah dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi Program
Studi D4 Manajemen Perhotelan Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan
Perhotelan
Universitas Negeri Padang

Judul : Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram
Terhadap Minat Berkunjung *Followers* ke Kota Solok

Nama : Clarana Handini Putri

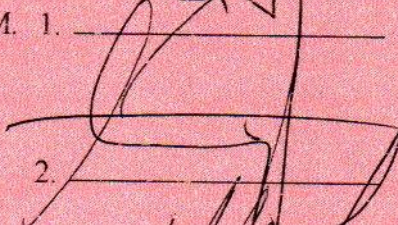
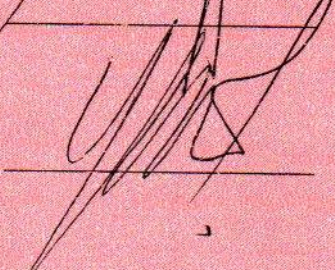
NIM/BP : 17135088/2017

Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan

Jurusan : Pariwisata

Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, November 2021
Tim Penguji

Nama	Tanda Tangan
1. Ketua : Hijriyantomi Suyuthie, S.Ip.,M.M.	1. 
2. Anggota : Trisna Putra, SS, M.Sc	2. 
3. Anggota : Youmil Abrian, S.E, M.M	3. 



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
JURUSAN PARIWISATA**

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus UNP Air Tawar Padang
25171 Telp. (0751) 7051186 Email : pariwisata@fpp.unp.ac.id
Laman : <http://pariwisata.fpp.unp.ac.id>

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Clarana Handini Putri
NIM/TM : 17135088 / 2017
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Jurusan : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul,

“Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Minat Berkunjung *Followers* Ke Kota Solok” adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari karya orang lain. Apabila sesuatu saat terbukti saya melakukan plagiat, maka saya bersedia di proses dan menerima sanksi akademis maupun hukum sesuai dengan hukum dan ketentuan yang berlaku, baik di Universitas Negeri Padang maupun di masyarakat negara.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab sebagai anggota masyarakat ilmiah.

Diketahui,

Ketua Jurusan Pariwisata


Trisna Putra, SS, M.Sc
NIP. 19761223 199803 1001

Saya yang menyatakan,



Clarana Handini Putri
NIM. 171351088

ABSTRAK:

Clarana Handini Putri, 2021. Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Minat Berkunjung Followers ke Kota solok

Penelitian ini dilakukan berdasarkan beberapa fakta masalah tentang promosi melalui media sosial instagram dan juga tentang fakta masalah minat berkunjung yang terjadi pada *followers* akun instagram @jajak_kaki_solok, salingka_solok, explore_solokselatan, explore_solok. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode pendekatan asosiatif kausal. Populasi pada penelitian ini yaitu *followers* keempat akun instagram tersebut. Sampel untuk penelitian ini 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *probability sampling*. Jenis data primer yang digunakan diambil dari penyebaran kuesioner dan data sekunder yang dari data *followers* akun instagram tersebut. Penelitian ini didapatkan dengan cara memberikan angket yang berisi 25 pernyataan dimana telah di uji ke validitasannya dan reabilitasnya pada *followers* keempat akun instagram tersebut. Untuk data yang telah didapatkan dan dijelaskan dengan pengujian persyaratan analisis serta pengujian hipotesis dengan menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana dan koefisien determinan dengan bantuan SPSS 20.00

Hasil penelitian: (1)promosi melalui medial sosial instagram di kategori baik (95%), (2) minat berkujung *followers* di kategorikan tinggi 63%). Uji regresi linear sederhana sebesar 9,289 dengan nilai signifikan yang telah didapatkan $0,000 < 0,05$. Nilai R square didapatkan sebesar 0,091. 9,1% promosi dapat mempengaruhi minat berkunjung dan 90,99% yang dapat mempengaruhi minat berkunjung adalah faktor lainnya. Nilai t didapatkan adalah 2,244 dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga diperoleh adanya pengaruh signifikan antara kedua variabel tersebut. Pengujian koefisien regresi dengan nilai 3,05 serta nilai signifikannya $0,000 < 0,05$ dimana pada setiap satuan promosi dapat menaikkan 3,05 satuan minat berkunjung. Berdasarkan pada hasil penelitian di peroleh disarankan pada admin instagram agar dapat meningkatkan promosi melalui media sosial instagram yang ditujukan kepada *followers* agar dapat menarik minat berkunjung *followers* ke kota solok.

Kata kunci : Promosi, Minat Berkunjung

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah S.W.T karena berkat Rahmat dan Bimbingan-Nya peneliti dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Minat Berkunjung Followers Ke Kota Solok”** tepat pada waktunya.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memenuhi sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sains Terapan (S.ST) pada Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang. Hambatan-hambatan baik dalam penulisan maupun penyusunan skripsi ini peneliti temui, tetapi berkat bantuan bimbingan maupun dorongan dari berbagai pihak sehingga Peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh sebab itu Peneliti mengucapkan terimakasih kepada :

1. Ibu Ernawati, M.Pd., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
2. Bapak Trisna Putra, S.S., M.Sc selaku Ketua Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang sekaligus mejadi dosen Penasehat Akademik dan Dosen Penguji.
3. Bapak Hijriyantomi Suyuthie, S.Ip.,M.M selaku Dosen Pembimbing.
4. Bapak Youmil Abrian, S.E, M.M selaku penguji.
5. Seluruh Dosen, tenaga administrasi dan teknisi D4 Manajemen Perhotelan Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.

6. Terkhusus kepada Ibu Penulis dan Ayah Penulis serta saudara-saudara penulis yang telah banyak memberi dukungan kepada penulis berupa moril, materil dan semangat kepada penulis.

7. Kepada Stevadio Fradena, Novita Putri, dan Tim Kesebelasan. Terimakasih telah memberikan dukungan kepada penulis.

Semoga bantuan yang telah diberikan diberkahi dan mendapat balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Akhirnya peneliti juga berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi orang banyak.

Padang, 14 Otober 2021

Clarana Handini putri

1713088/2017

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah	6
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan Penelitian	7
F. Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Aspek-Aspek Teoritis.....	9
1. Promosi	11
2. Minat Berkunjung	15
B. Kerangka Konseptual	18
C. Hipotesis Penelitian	18
BAB III Metodologi Penelitian	
A. Jenis Penelitian	19
B. Tempat dan Waktu Penelitian	19
C. Variabel Penelitian	20
D. Definisi Operasional Variabel	20
E. Populasi dan Sampel.....	21
F. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data	23
G. Instrumen Penelitian.....	24
H. Uji Coba Instrumen	27
I. Teknis Analisis Data.....	29
J. Uji Persyaratan Analisis	31
K. Pengujian Hipotesis.....	32

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Karakteristik Responden	34
B. Deskripsi Data	36
C. Uji Persyaratan Analisis	53
D. Uji Hipotesis.....	56
E. Pembahasan	59

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	63
B. Saran.....	63

DAFTAR PUSTAKA

65

DAFTAR LAMPIRAN

66

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Daftar Akun Yang Mempromosikan Kota Solok.....	4
Tabel 2. Daftar Jumlah Followers.....	21
Tabel 3. Pilihan Jawaban Skala Likert X dan Y	25
Tabel 4. Kisi-Kisi Variabel Penelitian.....	26
Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel X dan Y	28
Tabel 6. Hasil Uji Reabilitas Promosi dan Minat Berkunjung	29
Tabel 7. Rumus Deskripsi Data	30
Tabel 8. Deskripsi Responden Berdasarkan Akun Instagram.....	35
Tabel 9. Deskripsi Data Jenis Kelamin Responden	35
Tabel 10. Deskripsi Data Usia Responden.....	35
Tabel 11. Deskripsi Data Pekerjaan Responden	36
Tabel 12. Deskripsi Variabel X dan Y	37
Tabel 13. Deskripsi Data Total Variabel Promosi	38
Tabel 14. Deskripsi Frekuensi Variabel Promosi	39
Tabel 15. Distribusi Data Promosi Indikator Context.....	40
Tabel 16. Deskripsi Frekuensi Context.....	40
Tabel 17. Distribusi Data Promosi Indikator Communication	41
Tabel 18. Deskripsi Frekuensi Communication.....	42
Tabel 19. Distribusi Data Promosi Indikator Collaboration	43
Tabel 20. Deskripsi Frekuensi Collaboration.....	43

Tabel 21. Distribusi Data Promosi Indikator Connection	44
Tabel 22. Deskripsi Frekuensi Connection	45
Tabel 23. Deskripsi Data Total Variabel Minat Berkunjung	46
Tabel 24. Distribusi Frekuensi Variabel Minat Berkunjung	46
Tabel 25. Deskripsi Data Minat Berkunjung Indikator Minat Transaksional.....	47
Tabel 26. Distribusi Frekuensi Minat Transaksional	48
Tabel 27. Deskripsi Data Minat Berkunjung Indikator Minat Referensial.....	49
Tabel 28. Distribusi Frekuensi Minat Referensial	50
Tabel 29. Deskripsi Data Minat Berkunjung Indikator Minat Preferensial	51
Tabel 30. Distribusi Frekuensi Minat Preferensial	51
Tabel 31. Deskripsi Data Minat Berkunjung Indikator Minat Eksploratif	52
Tabel 32. Distribusi Frekuensi Minat Eksploratif.....	53
Tabel 33. Hasil Uji Normalitas	54
Tabel 34. Hasil Uji Homogenitas.....	55
Tabel 35. Hasil Uji Linearitas	56
Tabel 36. Hasil Uji Signifikan Uji F	57
Tabel 37. Hasil Uji Koefisien Regresi Sederhana.....	58
Tabel 38. Hasil Koefisien Determinasi (R Square).....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	3
----------------	---

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kota Solok merupakan salah satu daerah yang ada di Sumatera Barat yang terkenal dengan udara sejuknya, selain udaranya Kota Solok memiliki destinasi wisata yang menjajikan. Pada saat sekarang ini Kota Solok sangat dikenal dengan destinasi wisata alamnya yang indah serta layak untuk dikunjungi, adapun destinasi wisata yang ada di Kota Solok ialah Kebun teh, Puncak Gagoan, Bukik Chinangkiek, dan masih banyak lagi.

Kota Solok yang memiliki destinasi wisata yang sangat menjajikan yang harus didukung dengan infrastruktur yang memadai, serta promosi yang tepat untuk memperkenalkan destinasi wisata tersebut kepada masyarakat agar destinasi wisata tersebut dapat berkembang dengan sebagaimanaanya sehingga dapat menjadi daya tersendiri untuk kota tersebut.

Promosi dapat menggunakan pemasaran ataupun promosi berbasis online dengan menggunakan jaringan internet, semakin berkembangnya penggunaan internet pada sekarang ini menjadikan promosi berbasis online sangat banyak digunakan untuk saat ini. hal itu sangat mempermudah masyarakat untuk mendapatkan informasi secara cepat dan hemat.

Internet sendiri sekarang ini menjadi kebutuhan untuk masyarakat dalam bertukar ataupun mendapatkan informasi dari seluruh dunia dengan sangat mudah, selain untuk mendapatkan informasi internet dapat memberikan

pengetahuan serta pergaulan online yang sangat luas bagi masyarakat karena internet tidak memiliki batasan apapun untuk para penggunanya.

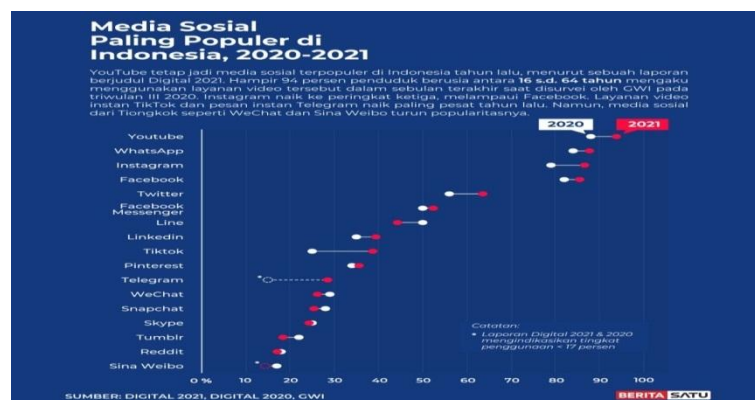
Kebutuhan internet yang semakin bertambah setiap tahunnya menjadikan internet memiliki peran yang sangat penting untuk masyarakat dalam mendapatkan informasi apapun, hal itu dapat dilihat dimana ada 170 juta pengguna internet aktif di Indonesia yang dimuat dalam laporan terbaru yang dirilis oleh layanan manajemen konten *HootSuite*, dan agensi pemasaran media sosial *We Are Social* dalam laporan bertajuk “Digital 2021”.

Perkembangan internet ini dimanfaatkan oleh pihak pemasar untuk melakukan online promotion, pemasar akan saling berlomba-lomba untuk memasarkan serta menarik perhatian para pengguna internet lainnya terhadap apa yang mereka pasarkan sehingga menjadikan online promotion sangat banyak digunakan pada saat sekarang ini.

Online promotion merupakan usaha atau upaya untuk memasarkan suatu produk secara online dengan memanfaatkan jaringan internet, online sendiri yang berarti terhubung atau terkoneksi aktif dan terkontrol oleh komputer. Sedangkan promosi melalui media sosial menurut Neti (2011) social media marketing terdiri dari upaya untuk menggunakan media sosial untuk membujuk konsumen oleh suatu perusahaan, produk atau jasa yang berarti, social media marketing merupakan pemasaran yang menggunakan komunitas-komunitas online, jejaring sosial, blog pemasaran dan yang lainnya. kegiatan promosi online yang dilakukan melalui internet dapat memberikan informasi mengenai produk ataupun barang serta jasa yang

dipasarkan oleh pemasar kepada pengguna internet lainnya, sehingga pengguna internet lain dapat melihat produk apa yang ditawarkan dengan jelas dan cepat.

promosi yang banyak digunakan oleh pemasar adalah promosi melalui media sosial instagram, dimana instagram sendiri adalah media sosial yang sangat banyak digunakan pada saat ini, terlihat dari kutipan beritasatu.com hasil survei yang dilakukan oleh GWI pada triwulan ketiga 2020.



Gambar 1. Data media sosial paling papuler Sumber :

www.beritasatu.com

Dari gambar diatas *instagram* mengalami peningkatan pada tahun 2021 sehingga menempatkan *instagram* pada posisi ketiga pengguna terbanyak di Indonesia, dimana pada posisi pertama dan kedua diduduki oleh *youtube* dan *whatsapp*. Hampir 94% pengguna media sosial di Indonesia berumur rata-rata 16-64 tahun.

Berdasarkan observasi serta pengamatan yang dilakukan selama ini promosi melalui instagram sangat banyak digunakan dalam memperkenalkan tempat wisata yang ada di daerah-daerah, salah satu daerah yang

mempromosikan tempat wisatanya melalui promosi online yaitu Kota Solok dan memanfaatkan instagram untuk menarik minat berkunjung pengguna instagram lainnya.

Kota Solok sendiri memiliki beberapa akun yang digunakan untuk mempromosikan tempat wisata yang ada di kota tersebut, dalam penggunaannya akun tersebut merepost postingan dari pengguna lainnya disertai dengan informasi mengenai tempat wisata dan caption yang menarik pada postingannya. Berikut adalah akun yang mempromosikan tempat wisata yang ada di Kota Solok.

Tabel 1.

Daftar akun yang mempromosikan tentang Kota solok

No	Akun Instagram	Tahun Berdiri	Jumlah Followers	Jumlah Postingan
1	Jajak_kaki_solok	2017	23,5k	1.666
2	Salingka_solok	2017	22,6k	972
3	Explore_solokselatan	2016	865	227
4	Explore_solok	2016	404	155

Sumber: Olahan Peneliti

Akun media sosial instagram itulah yang turut memberikan peran dalam membantu memperkenalkan tempat wisata yang ada di Kota Solok, karena melalui instagramlah informasi dapat tersampaikan kepada masyarakat dengan cepat dan mudah serta tidak memerlukan biaya yang banyak dalam kegiatan promosinya.

Selain promosi yang dilakukan harus menarik minat bagi pengguna instagram lain tempat wisata tersebut juga harus memiliki infrastruktur yang memadai, sehingga memberikan kesan ataupun citra yang baik kepada para wisatawan yang berkunjung dan dapat memberikan kepuasan tersendiri kepada pengunjung.

Minat berkunjung terhadap suatu tempat wisata sangatlah penting, karena semakin tinggi minat berkunjung pada tempat wisata tersebut maka akan semakin berkembang pula tempat wisata tersebut. minat berkunjung sendiri yaitu merupakan tindakan konsumen dalam memilih atau memutuskan berkunjung pada suatu obyek wisata berdasarkan pada pengalaman dalam berwisata (Kotler dan Keller, 2014).

Pengunjung pada tempat wisata sangatlah penting karena semakin banyaknya pengunjung maka dapat dikatakan minat berkunjung tempat wisata yang ada di Kota Solok sangat tinggi, dan dapat dikatakan bahwa promosi melalui media sosial instagram tersebut berhasil sehingga menimbulkan minat berkunjung pada pengguna instagram lainnya.

Berdasarkan wawancara yang penulis lakukan pada beberapa followers akun yang mempromosikan tempat wisata di Kota Solok, penulis mendapatkan bahwa adanya followers yang tidak pernah datang berkunjung ke kota solok, serta adanya followers yang tidak mendapatkan informasi secara lengkap mengenai infrastruktur ataupun fasilitas apa saja yang ada ditempat wisata pada promosi yang dilakukan oleh instagram tersebut.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Minat Berkunjung Followers ke Kota Solok”**.

B. Identifikasi Masalah

1. Adanya followers yang tidak pernah datang berkunjung ke kota solok.
2. Adanya followers yang tertarik untuk berkunjung ke Kota Solok karena saran atau ulasan dari pihak lain.
3. Informasi yang diberikan tidak lengkap sehingga followers mencari informasi dari pihak lain.
4. Promosi yang dilakukan oleh akun instagram tersebut belum dapat menarik minat berkunjung untuk followersnya.
5. Adanya followers yang tidak puas karena promosi yang tidak sesuai dengan keadaan yang sebenarnya, seperti editan foto dari postingan tidak sebagus tempat aslinya.

C. Batasan Masalah

1. Promosi melalui media sosial instagram.
2. Minat berkunjung followers.
3. Pengaruh promosi melalui media sosial instagram terhadap minat berkunjung followers ke Kota Solok.

D. Rumusan Masalah

1. Bagaimana promosi melalui media sosial instagram ?
2. Bagaimana minat berkunjung followers ?

3. Bagaimana pengaruh promosi melalui media sosial instagram terhadap minat berkunjung followers ke Kota Solok ?

E. Tujuan

1. Tujuan Umum

Untuk mengetahui adakah pengaruh media sosial instagram @*explore_solok* terhadap minat berkunjung *followers*.

2. Tujuan Khusus

- a. Mendeskripsikan bagaimana promosi melalui media sosial instagram.
- b. Mendeskripsikan mengenai minat berkunjung followers.
- c. Mendeskripsikan bagaimana pengaruh promosi melalui media sosial instagram terhadap minat berkunjung followers ke Kota Solok.

F. Manfaat

1. Manfaat Bagi Akun Instagram

Hasil penelitian ini dapat diharapkan memberikan sumbangan pemikiran kepada pembaca dalam melihat dan memanfaatkan media sosial untuk kegiatan promosi, serta kepentingan pribadi maupun kelompok serta untuk pengelola akun instagram tersebut agar dapat membaca bagaimana meningkatkan minat berkunjung *followersnya* melalui postingan-postingan yang akun tersebut.

2. Manfaat Bagi Jurusan

Hasil laporan ini dapat diharapkan menambah referensi sebagai bahan penelitian lanjutan yang lebih mendalam pada masa yang akan mendatang.

3. Manfaat Bagi Peneliti Lainnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pembaca dalam rangka pemenuhan informasi dan referensi dalam menambah pengetahuan khususnya di bidang penggunaan serta pemanfaatan media sosial untuk sarana promosi pariwisata.

4. Manfaat Bagi Peneliti

Untuk menambah wawasan dan ilmu peneliti serta menjawab rasa ingin tahu peneliti terkait pengaruh promosi melalui media sosial instagram terhadap minat berkunjung serta mengaplikasikan semua teori yang didapat selama perkuliahan yang dipraktikan pada penelitian ini.