

menunjukkan perhitungan lebih kecil dari 0,05. Angka ini mencerminkan terdapat hubungan antara terpaan media akun Instagram Balai Taman Nasional Kelimutu terhadap minat berkunjung wisatawan

Adapun hasil berdasarkan tingkatan hubungan atau keeratan hubungan antara terpaan media terhadap minat kunjung menunjukkan *Correlation Coefficient* angka 0,274\*\* hal ini berarti hubungan antara kedua variabel tergolong kategori rendah karena berada pada interval 0,20 – 0,399 (tabel 2.6)

Namun dari uji analisis deskriptif kategorisasi variabel menunjukkan data yang berbeda variabel minat kunjung *followers* tergolong sedang menuju tinggi dengan data sedang sebesar 66% (66 subjek) dan kategori tinggi sebesar 18% (18 subjek). Terpaan media masuk dalam kategori sedang menuju rendah dengan data rendah sebesar 21% (21 subjek), kategori sedang sebesar 61% (60 subjek). Data ini dapat diartikan banyak *followers* yang memiliki minat kunjung akan tetapi masih banyak juga *followers* masih belum terpapar media dari akun@btn\_kelimutu.

## **B. Saran**

Sesuai dengan hasil dan pembahasan maka dapat dibuat saran bagi pengelola akun @btn\_kelimutu disarankan agar tidak hanya menggunakan media Instagram sebagai sarana promosi karena berdasarkan uji analisis Rank Spearman terdapat hubungan yang signifikan namun tingkatan hubungan antara kedua variabel tergolong rendah.

Balai taman Nasional kelimutu tergolong aktif dalam memanfaatkan media sosial Instagram sebagai sarana promosi namun berdasarkan uji analisis Rank Spearman hubungan antara terpaan akun Instagram dan minat kunjung masih

dalam kategori rendah. Uji analisis deskriptif menunjukkan minat kunjung followers sangat tinggi namun tidak dibarengi oleh terpaan media hal ini bisa saja oleh faktor lain seperti kualitas konten atau pesan di feed yang belum bisa meningkatkan terpaan media atau memenuhi harapan *followers*, atau media sosial Instagram yang belum dapat meningkatkan terpaan media



#### **Daftar Pustaka**

A.M, Morrisan. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta: Penerbit Kencana.

Atmoko Dwi, Bambang. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.

Azwar, S. 1998. *Metode Penelitian (16th ed.)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Dinda Bestari. 2014. *Hubungan Terpaan Iklan Televisi Pizza Hut Dengan Motivasi Konsumen Surabaya Membeli Produk Pizza Hut*. Commonline Departemen Komunikasi

- Bungin, Burhan. 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Elvinaro, Lukiati Komala. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatam Media
- Ferdinand, A. 2014. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*.
- Hassan, Iqbal. 2004. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Holmes, J. 2015. *Instagram black book. everything you need to know about*: CreateSpace Independent Publishing Platform
- Hovland, C.I., Janis, I.L., & Kelley, H.H. 1953. *Communication and persuasion inpsychological studies of opinion change*.New Haven: Yale University Press.
- Idrus, Muhammad. 2009. *Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, Jhon T. Bowen, and James C. Makens. 2006. *Marketing Hospitality and Tourism*. Fourth Edition. New Jersey: Pearson Education.

- Kotler, Philip, Keller, Kevin Lane. 2006. *Manajemen Pemasaran Edisi 11*.  
Diterjemahkan oleh Hendra Teguh, Ronny A, Benyamin Molan. Jakarta:  
PT. Indeks.
- Lister, Martin. 2009. *New Media: A Critical Introduction*. London & New York:  
Routledge
- Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss. 2009. *Teori Komunikasi, edisi 9*.  
Jakarta: Salemba Humani
- Moore, Marguerite. 2012. *Interactive Media Usage among Millennial Consumers*,  
*Journal of Consumer Marketing*, Vol. 29, No. 6, pp. 436-44.
- Moore, Frazier. 2004. *Humas: Membangun Citra dengan komunikasi*. Bandung:  
PT. Remaja Rosdakarya
- Nawawi Hadari. 1993. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta : Gadjah  
Mada
- Rakhmat, Jalaluddin. 2009. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja  
Rosdakarya
- Shore, Larry. 1985. *Mass Media For Development A Reexamination Of Access  
Exposure and Impact, Communication the*
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung : Alfabeta
- Singarimbun. Masri dan Sofiyani Effendi . 1989. *Metode Penelitian Survey*.  
P.T Pustaka LP3ES Indonesia : Jakarta.

- Umar, Husein. 2002. *Metode Riset Komunikasi Organisasi Sebuah Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Husein, Umar. 2002. *Metode Penelitian untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, Edisi kedua, Rajagrafindo Persada : Jakarta.
- Setiawan, Rudy. 2013. *Kekuatan New Media Dalam Membentuk Budaya Populer di Indonesia, (Studi Tentang Menjadi Artis Dadakan Dalam Mengunggah Video Musik di Youtube*. eJournal Ilmu Komunikasi. Volume 1, Nomor 2.
- Vannecia Marchelle Soegandhi, Drs. Eddy M. Sutanto, M.Sc dan Roy Setiawan. 2013 *Pengaruh Kepuasan Kerja Dan Loyalitas Kerja Terhadap Produktivitas Pada Karyawan PT. Surya Timur Sakti Jatim*, AGORA Vol. 1, No. 1, 201
- Widyatama, Rendra. 2009. *Buku Pengantar Periklanan*, Cetakan 6. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.
- Zarella. 2010. *The Social Media Marketing Book*. Canada: Orelly Media. Inc.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). *Profil Pengguna Internet di Indonesia tahun 2019-2020*, diakses pada 27 februari 2021 dari <https://apji.or.id/survei>
- Kemntrian informasi dan komuniaksi. *Data pengguna internet di Indonesia*, diakses tanggal 26 Februari 2021 dari <https://kominfo.go.id>
- Balai Taman Nasional Kelimutu: *Pelatihan Jurnalistik*, diakses tanggal 27 September 2021 dari <https://kelimutu.id/web/user/detailnews/200>

Hootsuite. *Defenisi Intagram*: diakses tanggal 6 Juni 2022 dari

<https://hootsuite.com/social-media-definitions/instagra>

### Lampiran

Responden yang terhormat,

Nama saya Leonardus Zakarias Seto program studi Ilmu Komunikasi konsentrasi Komunikasi Strategis Universitas Atma Jaya Yogyakarta, sedang melaksanakan kegiatan penelitian mengenai, Hubungan Terpaan media Akun Instagram Balai Taman Nasional Kelimutu Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan (Survei pada *followers* akun Instagram @btn\_kelimutu). Untuk itu saya mengharapkan kesediaan saudara untuk mengisi kuesioner ini. Terima kasih atas waktu dan perhatian saudara untuk mengisi kuesioner ini.

#### 1. Identitas Responden

1) Nama:

2) Jenis Kelamin :

- Laki-Laki
- Perempuan
- Usia

3) Apakah Anda adalah *followers* akun instagram @btn\_kelimutu?

- Ya
- Tidak

4) jika Anda tidak menjadi *followers* akun Instagram @btn\_kelumutu, Anda tidak perlu meneruskan mengisi kuisisioner selanjutnya.

#### Petunjuk Pengisian

Berilah tanda check list (√) dan jawaban pada salah satu pernyataan dan pertanyaan yang paling sesuai dengan pendapat anda.

Kriteria Penilaian :

Sangat Tidak Setuju : TS

Tidak Setuju : STS

Ragu -ragu : R

Setuju : S

Sangat Setuju : SS

#### Variabel terpaan

a. Frekuensi

1. Berapa kali dalam sehari Anda mengunjungi akun Instagram @btn\_kelimutu?
2. Berapa kali dalam sehari Anda melihat pesan *di feed* dan *Instastory* Instagram @btn\_kelimutu?

b. Durasi

1. Berapa menit anda mengunjungi akun Instagram @btn\_kelimutu dalam sehari ?
2. Berapa menit melihat *feed* dan *instastory* Instagram @btn\_kelimutu dalam sehari?

c. Atensi

Saya biasanya melihat konten akun Instagram @btn sambil melakukan aktivitas berikut (dapat dipilih lebih dari 1)

1. Makan
2. Minum
3. Mendengarkan musik
4. Belajar
5. Membaca buku
6. Ngobrol dengan orang lain
7. Aktivitas lain

**Variabel Minat Kunjung**

Minat Transaksional

No	Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
1	Taman Nasional Kelimutu adalah destinasi wisata pilihan saya untuk dikunjungi					

2	Saya akan mengunjungi Taman Nasional Kelimutu dalam waktu dekat					
---	---	--	--	--	--	--

#### Minat Refensial

No	Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
1	Saya akan merekomendasikan objek wisata Taman Nasional Kelimutu kepada keluarga					
2	Saya akan merekomendasikan objek wisata Taman Nasional Kelimutu kepada teman					

#### Minat prefensial

No	Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
1	Saya akan menjadikan Taman Nasional Kelimutu sebagai prioritas destinasi wisata dibandingkan dengan destinasi wisata lainnya					
2	Taman Nasional Kelimutu adalah destinasi wisata utama yang saya pilih saat berada di Nusa Tenggara Timur.					

#### Minat Eksploratif

No	Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
1	Saya akan mencari tahu keunggulan potensi objek wisata dari Taman Nasional Kelimutu.					

2	Saya akan mencari tahu pengalaman yang didapatkan pengunjung saat berkunjung ke Taman Nasional Kelimutu.					
---	--	--	--	--	--	--



## Data kuesioner

Jenis data kuesioner ini sudah di transformasikan menjadi jenis data ordinal

## Data Variabel X

No	Berapa kali dalam sehari Anda mengunjungi akun Instagram @btn_kelimutu?	Berapa kali dalam sehari Anda melihat pesan di feed dan Instastory Instagram @btn_kelimutu?	Berapa menit anda mengunjungi akun Instagram @btn_kelimutu dalam sehari ?	Berapa menit melihat feed dan instastory Instagram @btn_kelimutu dalam sehari?	Saya biasanya melihat konten akun Instagram @btn sambil melakukan aktivitas berikut (dapat dipilih lebih dari 1)
1	3	1	2	2	5
2	2	4	2	2	4
3	2	3	2	2	4
4	1	1	1	1	5
5	1	4	1	1	4
6	1	1	3	2	5
7	1	1	1	1	5
8	1	1	5	5	5
9	1	1	5	1	5
10	1	2	1	1	4
11	1	1	1	1	5

12	1	1	5	1	5
13	3	1	5	5	5
14	1	1	5	3	5
15	1	1	1	1	5
16	2	2	2	1	4
17	2	1	3	2	5
18	2	2	3	4	5
19	2	1	3	2	5
20	2	2	1	3	5
21	1	1	5	5	5
22	1	1	1	1	5
23	3	3	1	1	5
24	1	2	1	1	5
25	1	1	5	5	5
26	2	3	5	2	5
27	1	1	1	1	5
28	1	1	1	1	5
29	1	1	2	4	5
30	1	1	5	1	5
31	2	1	1	1	5
32	3	3	1	1	4
33	1	2	1	1	5
34	1	1	5	1	5

35	1	1	1	1	5
36	1	1	1	3	5
37	1	1	5	5	5
38	3	2	5	5	4
39	1	1	3	3	5
40	3	2	3	1	4
41	1	1	1	1	5
42	1	5	1	2	1
43	2	1	2	1	5
44	1	2	2	1	4
45	1	2	3	1	4
46	1	2	2	1	4
47	3	1	3	3	5
48	1	1	1	1	5
49	1	1	1	1	5
50	2	1	5	1	5
51	2	1	1	5	5
52	2	3	5	4	3
53	1	1	1	1	5
54	1	2	1	1	4
55	4	1	1	1	5
56	2	3	1	1	3
57	3	3	2	2	3

58	4	3	3	3	3
59	3	2	3	2	4
60	1	1	3	1	5
61	1	1	5	5	5
62	1	1	1	1	5
63	1	1	1	1	5
64	2	1	5	4	5
65	2	2	3	2	4
66	1	1	1	3	5
67	1	1	1	1	5
68	5	5	5	5	1
69	1	1	2	2	5
70	2	1	2	1	5
71	3	3	5	3	3
72	1	3	5	5	3
73	1	1	2	1	5
74	2	3	2	3	3
75	2	3	5	5	3
76	3	3	1	1	3
77	1	1	1	1	5
78	1	1	3	1	5
79	1	1	1	1	5
80	1	1	1	1	5

81	1	1	3	3	5
82	2	1	1	1	5
83	1	1	3	2	5
84	2	2	1	2	4
85	1	3	1	1	4
86	3	3	2	3	3
87	3	1	2	1	5
88	3	2	2	2	4
89	1	1	5	2	5
90	1	1	5	5	5
91	1	2	5	4	5
92	1	1	2	1	5
93	1	1	2	2	5
94	2	1	2	1	5
95	1	2	3	2	5
96	2	1	3	1	5
97	1	1	1	1	4
98	2	2	2	2	5
99	1	1	3	2	5

**Data Variabel Y**

NO	Taman	Saya akan	Saya akan	Saya akan	Saya akan	Taman	Saya akan	Saya akan
----	-------	-----------	-----------	-----------	-----------	-------	-----------	-----------

	Nasional Kelimutu adalah destinasi wisata pilihan saya untuk dikunjungi	mengunjungi Taman Nasional Kelimutu dalam waktu dekat	merekendasikan objek wisata Taman Nasional Kelimutu kepada keluarga	merekendasikan objek wisata Taman Nasional Kelimutu kepada teman	menjadikan Taman Nasional Kelimutu sebagai prioritas destinasi wisata dibandingkan dengan destinasi wisata lainnya	Nasional Kelimutu adalah destinasi wisata utama yang saya pilih saat berada di Nusa Tenggara Timur.	mencari tahu keunggulan potensi objek wisata dari Taman Nasional Kelimutu.	mencari tahu pengalaman yang didapatkan pengunjung saat berkunjung ke Taman Nasional Kelimutu.
1	4	3	4	4	4	4	4	4
2	3	3	4	5	5	5	5	4
3	5	5	4	4	5	5	4	5
4	3	4	5	5	3	3	4	4
5	5	4	5	5	5	5	5	3
6	4	5	5	5	5	5	5	5
7	4	3	4	4	4	2	4	2
8	5	5	5	5	5	5	5	5
9	4	3	4	4	4	3	3	4
10	5	3	5	5	5	5	4	3
11	5	3	5	5	1	3	5	4
12	4	4	4	4	5	4	5	5
13	5	4	5	5	5	5	4	5

14	5	5	4	4	5	4	4	5
15	4	4	4	4	4	4	4	4
16	5	4	4	3	5	3	4	4
17	5	5	5	4	4	4	3	5
18	4	4	3	5	4	2	5	3
19	5	5	5	5	5	5	5	5
20	5	4	5	5	5	4	4	3
21	5	1	5	5	5	5	5	5
22	5	4	5	5	5	4	4	4
23	5	4	5	5	4	5	5	5
24	5	3	5	5	5	5	5	5
25	5	3	5	5	2	2	5	2
26	4	4	3	5	5	5	3	3
27	5	3	5	5	4	4	5	5
28	4	2	4	4	3	3	4	4
29	5	4	5	5	2	1	4	2
30	5	3	5	5	4	4	5	5
31	5	5	5	5	5	5	5	5
32	5	5	5	5	4	5	5	5
33	5	4	5	5	5	5	4	5

34	5	5	5	5	5	5	5	5
35	5	2	5	5	4	4	4	3
36	4	3	5	5	4	4	4	4
37	4	4	4	4	4	4	4	4
38	5	3	5	5	4	4	4	4
39	4	4	3	4	4	5	4	3
40	4	3	5	4	4	4	5	5
41	4	2	3	3	2	3	3	3
42	5	4	5	5	4	3	4	3
43	5	4	5	5	5	5	4	4
44	5	5	1	5	5	5	2	5
45	5	4	4	5	5	4	4	5
46	5	5	5	5	5	5	5	5
47	5	5	5	5	5	5	5	5
48	4	3	3	4	3	4	5	4
49	4	3	3	3	3	4	5	4
50	5	3	5	5	5	5	5	5
51	5	4	5	5	4	5	5	4
52	4	4	5	5	5	5	4	4
53	4	2	4	4	3	4	4	4

54	5	4	5	5	5	5	4	4
55	4	5	5	5	4	4	4	5
56	5	3	4	5	5	3	5	2
57	4	4	5	5	4	4	4	5
58	5	5	5	5	5	5	5	5
59	4	4	5	5	4	4	4	5
60	5	4	5	5	5	5	4	5
61	5	5	5	5	5	5	5	5
62	4	4	4	4	4	4	4	4
63	5	3	5	5	5	5	5	5
64	4	4	5	5	3	5	3	4
65	5	5	5	5	5	5	5	5
66	3	1	4	5	3	3	3	3
67	4	3	5	5	4	4	4	4
68	5	5	5	5	5	5	5	5
69	5	5	5	5	5	5	4	4
70	5	3	5	5	5	5	5	5
71	5	5	5	5	5	5	5	5
72	5	3	5	5	4	5	5	4
73	5	3	4	4	3	4	4	3

74	4	5	4	5	5	5	4	4
75	5	5	5	5	4	4	5	5
76	5	3	5	5	5	5	5	5
77	4	4	4	4	4	4	4	4
78	4	2	5	4	3	3	4	3
79	4	3	4	5	4	5	4	4
80	4	4	5	5	4	4	4	4
81	5	4	5	5	5	5	5	5
82	4	5	5	5	5	4	4	4
83	5	3	4	4	3	3	4	4
84	5	5	5	5	5	5	5	4
85	4	4	5	5	5	4	5	5
86	5	5	5	5	5	5	5	5
87	5	3	5	5	4	4	4	4
88	5	5	5	5	5	5	5	5
89	5	2	5	5	4	3	4	5
90	5	4	5	5	5	5	5	4
91	5	4	4	5	4	4	4	4
92	5	3	5	5	3	4	5	5
93	5	4	5	5	4	4	5	5

94	3	4	3	4	1	5	5	3
95	4	4	3	5	4	3	4	4
96	4	4	5	5	5	5	5	5
97	5	5	5	5	5	5	5	5
98	4	1	5	5	3	4	4	4
99	4	4	5	5	3	3	4	5

