

ABSTRAK

HUBUNGAN PENGGUNAAN AKUN *INSTAGRAM*@SUMBAR_RANCAK TERHADAP MINAT WISATA DI SUMATERA BARAT

Oleh:

FADHILLA ANNISA
1110863011

Pembimbing

Dr. Ernita Arif, M.Si
Revi Marta, M.I.Kom

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan penggunaan akun *instagram* @sumbar_rancak terhadap minat wisata di Sumatera Barat. Tanggapan responden terhadap akun *instagram* @sumbar_rancak meliputi aspek frekuensi. Sedangkan minat wisata dilihat dari dimensi perhatian, kesenangan, dan ketertarikan.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian korelasi dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah *followers* dari akun *instagram* @sumbar_rancak. Dalam penelitian ini ditetapkan 100 orang *followers* akun *instagram* @sumbar_rancak sebagai responden yang dipilih dengan teknik *simple random sampling*. Teori yang digunakan adalah teori *Uses and effect* dari Steven Windahl yang digunakan untuk menganalisis hasil penelitian. Dan untuk melihat hubungan penggunaan akun *instagram* @sumbar_rancak terhadap minat wisata di Sumatera Barat yang dibantu dengan SPSS 16.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *instagram* @sumbar_rancak berada pada kategori sedang yaitu senilai 50%. Minat wisata *followers* akun *instagram* @sumbar_rancak berada pada kategori sedang yaitu senilai 53%. Hubungan penggunaan media sosial *instagram* @sumbar_rancak terhadap perhatian berada pada kategori sedang senilai 59% dan H_0 tidak diterima karena $0,077 < 0,05$. Hubungan penggunaan media sosial *instagram* @sumbar_rancak terhadap kesenangan berada pada kategori sedang senilai 66% dan H_0 tidak diterima karena $0,074 < 0,05$. Hubungan penggunaan media sosial *instagram* @sumbar_rancak terhadap ketertarikan berada pada kategori sedang senilai 50% dan H_1 diterima karena $0,017 > 0,05$. Hubungan penggunaan media sosial *instagram* @sumbar_rancak terhadap minat wisata di Sumatera Barat H_1 diterima, yaitu terdapat hubungan sebesar 0,027. Artinya terdapat hubungan antara penggunaan akun *instagram* @sumbar_rancak terhadap minat wisata di Sumatera Barat.

Kata kunci : *instagram, minat, minat wisata, teori uses and effect.*

ABSTRACT

CORRELATION BETWEEN THE USE OF @ SUMBAR_RANCAK INSTAGRAM ACCOUNT AND TOURISM INTEREST IN WEST SUMATRA

By:

FADHILLA ANNISA

1110863011

Supervisors

Dr. Ernita Arif, M.Si

Revi Marta, M.I.Kom

This research is aimed to determine the correlation between the use of @Sumbar_rancak instagram account and tourism interest in West Sumatera. The respondents' response towards @sumbar_rancak instagram account is evaluated based on the frequency; while the tourism interest is evaluated based on three dimensions, namely attention, fun, and appeal.

The research type which used is the correlation research and quantitative approach. The subject for the research is the followers of @sumbar_rancak instagram account. In this research, the writer used 100 followers as the respondent which chose by using simple random sampling technique. The theory for this research is Uses and Effect theory from Steven Windahl which used for analyse the research result. Then, for determine the correlation between the use of @sumbar_rancak instagram account and tourism interest in West Sumatera is evaluated by using SPSS 16.0.

The result of the research shows that the use of @sumbar_rancak instagram account is in the middle categorize with point 50 %. The tourism interest of @sumbar_rancak instagram account followers is in the middle categorize, 53%. The correlation between the use of @sumbar_rancak instagram account and attention is in middle categorize with point 59% and H_0 is not accepted, because of $0.077 < 0.05$. The correlation between @sumbar_rancak instagram account and appeal is in the middle categorize, 50 %, and the H_1 is accepted because of $0.017 > 0.05$. The correlation between the @sumbar_rancak instagram account and the tourism interest H_1 is accepted, where there is a correlation around 0.027. It means that there is a correlation between the use of @sumbar_rancak instagram account and tourism interest in West Sumatera.

Key words: instagram, appeal, tourism interest, uses and effect theory.

