

ABSTRAK

Skripsi ini disusun oleh Rahmadillah Cantikamila NIM 4321034 dengan judul skripsi "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Daya Tarik Wisatawan Di Desa Wisata Kuliner Sanjai Bukittinggi" Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah” Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi, 1446 H / 2025 M.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh kemajuan teknologi yang memengaruhi perkembangan internet di Indonesia, yang kemudian mendorong munculnya berbagai tren baru, termasuk media sosial. Media sosial menjadi sarana promosi yang efektif karena memungkinkan pengguna memperbarui informasi kapan pun dan di mana pun. Instagram merupakan salah satu *platform* yang paling diminati dan banyak dimanfaatkan sebagai media promosi, termasuk oleh akun @pokdarwissanjai yang digunakan untuk mempromosikan destinasi wisata kuliner legendaris khas Sanjai di Kota Bukittinggi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh media sosial Instagram @pokdarwissanjai terhadap peningkatan wisatawan ke Desa Wisata Kuliner Sanjai serta menganalisis seberapa besar pengaruh penggunaan Instagram tersebut terhadap daya tarik wisatawan.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan jenis *Explanatory Research* (Penelitian Penjelas). Populasi dalam penelitian sebanyak 410 dari data pengikut akun instagram @pokdarwissanjai. Dengan teknik *probability sampling* serta rumus *slovin* dengan *margin of error* 6,4% jumlah sampel yang digunakan yaitu sebanyak 100 responden, dengan karakteristik yang sudah ditentukan. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner berupa *Google form* yang disebarakan melalui *online*. Skala pengukuran dengan menggunakan skala *likert*. Data dalam penelitian ini dianalisis dengan teknik analisis data deskriptif dan analisis inferensial. Data dalam penelitian ini diolah dengan menggunakan bantuan IBM SPSS *Statistic 31 for Windows*.

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda terhadap 100 responden *followers* @pokdarwissanjai, ditunjukkan oleh nilai signifikansi (*Sig. Significance*) sebesar 0,268 yang lebih besar dari 0,05. Besarnya kontribusi pengaruh Instagram terhadap daya tarik wisatawan juga tergolong rendah, dibuktikan melalui nilai R (*Correlation Coefficient*) sebesar 0,382 dan R² (*Coefficient of Determination*) sebesar 0,146 yang berarti hanya 14,6% variasi daya tarik wisatawan dapat dijelaskan oleh penggunaan Instagram. Nilai F (*F-statistic*) sebesar 1,242 juga menunjukkan bahwa model regresi secara keseluruhan tidak signifikan. dibuktikan dengan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) < 10 yang menandakan tidak adanya masalah multikolinearitas, serta pola *scatterplot* yang acak yang menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Media Sosial Instagram @pokdarwissanjai tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung *followers* ke Desa Wisata Kuliner Sanjai.

Kata Kunci: Media Sosial, Instagram, Daya Tarik, Wisata

ABSTRACT

This thesis was written by Rahmadillah Cantikamila, Student ID 4321034, and entitled "The Influence of Instagram Social Media Use on Tourist Attraction in the Sanjai Culinary Tourism Village, Bukittinggi" in the Islamic Communication and Broadcasting Study Program, Faculty of Ushuluddin, Adab, and Da'wah, Sjech M. Djamil Djambek State Islamic University (UIN), Bukittinggi, 1446 H / 2025 M.

This research is motivated by technological advances that influence the development of the internet in Indonesia, which then encourages the emergence of various new trends, including social media. Social media has become an effective promotional tool because it allows users to update information anytime and anywhere. Instagram is one of the most popular platforms and is widely used as a promotional medium, including by the @pokdarwissanjai account which is used to promote the legendary culinary tourism destination of Sanjai in Bukittinggi City. This study aims to determine whether there is an influence of the Instagram social media @pokdarwissanjai on the increase in tourists to the Sanjai Culinary Tourism Village and analyze how much influence the use of Instagram has on tourist attraction.

This research is a quantitative explanatory research study. The population was 410 followers of the Instagram account @pokdarwissanjai. Using probability sampling techniques and the Slovin formula with a margin of error of 6.4%, the sample size was 100 respondents with predetermined characteristics. Data collection in this study used a Google Form questionnaire distributed online. The measurement scale used was a Likert scale. The data in this study were analyzed using descriptive data analysis and inferential analysis techniques. The data were processed using IBM SPSS Statistics 31 for Windows.

Based on the results of a multiple regression analysis of 100 respondents following @pokdarwissanjai, a significance value (Sig. Significance) of 0.268 was obtained, which is greater than 0.05. The magnitude of Instagram's influence on tourist attraction is also relatively low, as evidenced by the R (Correlation Coefficient) value of 0.382 and R^2 (Coefficient of Determination) of 0.146, which means that only 14.6% of the variation in tourist attraction can be explained by the use of Instagram. The F (F-statistic) value of 1.242 also indicates that the overall regression model is not significant. This is evidenced by the VIF (Variance Inflation Factor) value <10 , which indicates the absence of multicollinearity problems, as well as a random scatterplot pattern indicating no heteroscedasticity. The results of this study indicate that Instagram Social Media @pokdarwissanjai does not influence the interest of followers to visit the Sanjai Culinary Tourism

Keywords: Instagram Social Media Use, Tourist Attraction

خلاصة

كتبت هذه الرسالة رحمة الله كانتي كامبلا، الطالبة برقم 4321034، بعنوان "تأثير استخدام إنستغرام على مواقع التواصل الاجتماعي على المعالم السياحية في قرية سانجاي السياحية للطهي، بوكيتينجي"، ضمن برنامج دراسات الاتصال والإذاعة الإسلامية، بكلية أصول الدين والأدب والدعوة، جامعة الشيخ محمد جميل جامبيك الإسلامية الحكومية، بوكيتينجي، 1446 هـ / 2025 م.

يستند هذا البحث إلى التطورات التكنولوجية التي تؤثر على تطوير الإنترنت في إندونيسيا، مما يشجع بدوره على ظهور اتجاهات جديدة مختلفة، بما في ذلك وسائل التواصل الاجتماعي. أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي أداة ترويجية فعالة لأنها تتيح للمستخدمين تحديث المعلومات في أي وقت وفي أي مكان. يُعد إنستغرام من أكثر المنصات شيوعاً ويُستخدم على نطاق واسع كوسيلة ترويجية، بما في ذلك حساب @pokdarwissanjai الذي يُستخدم للترويج لوجهة السياحة الطهوية الأسطورية سانجاي في مدينة بوكيتينجي. تهدف هذه الدراسة إلى تحديد ما إذا كان هناك تأثير لوسائل التواصل الاجتماعي @pokdarwissanjai على إنستغرام على زيادة عدد السياح إلى قرية سانجاي للسياحة الطهوية، وتحليل مدى تأثير استخدام إنستغرام على الجذب السياحي.

هذا البحث دراسة بحثية توضيحية كمية. بلغ عدد متابعي حساب إنستغرام @pokdarwissanjai 410 متابعين. باستخدام تقنيات أخذ العينات الاحتمالية وصيغة *Slovin* بهامش خطأ 6.4٪، بلغ حجم العينة 100 مستجيب بخصائص محددة مسبقاً. استخدم جمع البيانات في هذه الدراسة استبياناً من *Google Form* موزعاً عبر الإنترنت. وكان مقياس القياس المستخدم هو مقياس ليكرت. تم تحليل البيانات في هذه الدراسة باستخدام تحليل البيانات الوصفي وتقنيات التحليل الاستدلالي. تمت معالجة البيانات باستخدام *IBM SPSS Statistics 31* لنظام التشغيل *Windows*.

بناءً على نتائج تحليل الانحدار المتعدد لـ 100 مستجيب يتابعون @pokdarwissanjai، تم الحصول على قيمة دلالة (*Sig. Significance*) قدرها 0.268، وهي أكبر من 0.05. كما أن حجم تأثير *Instagram* على الجذب السياحي منخفض نسبياً، كما يتضح من قيمة *R* (معامل الارتباط) البالغة 0.382 و *R*² (معامل التحديد) البالغ 0.146، مما يعني أنه لا يمكن تفسير سوى 14.6% من التباين في الجذب السياحي باستخدام *Instagram*. كما تشير قيمة *F* (إحصائية *F*) البالغة 1.242 إلى أن نموذج الانحدار الكلي ليس مهماً. ويتضح ذلك من قيمة *VIF* (عامل تضخم التباين) >10، مما يشير إلى عدم وجود مشاكل التعدد الخطي، بالإضافة إلى نمط مخطط التشتت العشوائي الذي يشير إلى عدم وجود تباين غير متجانس. تشير نتائج هذه الدراسة إلى أن *Instagram Social Media @pokdarwissanjai* لا يؤثر على اهتمام المتابعين بزيارة قرية سانجاي السياحية الطهوية.

الكلمات المفتاحية: وسائل التواصل الاجتماعي، *Instagram* المعالم السياحية، السياحة