

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara kepulauan yang terdiri dari beribu-ribu pulau besar dan kecil, dan penduduknya terdiri dari kelompok-kelompok suku bangsa yang sangat beragam. Indonesia memiliki pesona wisata yang sangat menarik bahkan memiliki pesona alam yang sangat indah bahkan sampai terkenal keluar negeri. Contohnya, seperti Bali dan Lombok yang terkenal dengan pantai – pantainya, Papua yang terkenal dengan wisata kelas dunia yaitu Raja Ampat, dan tidak ketinggalan pulau Jawa yang terkenal dengan candi Borobudur. (Tontje Tnunay, 1991 : 159).

Tempat-tempat wisata yang terkenal ini begitu menarik dimata orang, sehingga banyak orang berbondong-bondong untuk mendatangi tempat-tempat ini, sehingga sektor wisata di Indonesia begitu berkembang. Dari banyak di wilayah di Indonesia yang terkenal dengan wisatanya, kota Yogyakarta adalah salah satu tempat yang sangat banyak dikunjungi oleh para wisatawan. Apalagi di musim-musim liburan dimana jumlah wisatawan semakin meningkat, dan hal ini menunjukkan bahwa, kebutuhan akan rekreasi dibutuhkan oleh setiap orang.

Pariwisata adalah aktivitas perjalanan yang dilakukan oleh sementara waktu dari tempat tinggal semula kearah tujuan dengan alasan bukan untuk menetap atau mencari nafkah melainkan hanya untuk memenuhi rasa ingin tahu, menghabiskan waktu senggang atau libur serta tujuan-tujuan lainnya

(Meyers, 2009:89). Dalam kehidupan masyarakat yang modern seperti saat ini, rekreasi merupakan kebutuhan hidup manusia yang tidak dapat dihilangkan. Hal ini disebabkan oleh kesibukan hidup sehari-hari manusia yang pada akhirnya membutuhkan penyeimbang berupa *refreshing*. Kebutuhan akan *refreshing* ini perlu mendapat jawaban berupa bisnis rekreasi dan hiburan. Dalam hal ini sektor pariwisata adalah yang berkepentingan.

Pariwisata adalah suatu industri yang bergerak di bidang jasa yang sampai saat ini sudah menjadi industri terbesar di dunia, khususnya di negara Indonesia, banyak objek wisata yang telah menarik perhatian para pelaku pariwisata baik domestik maupun mancanegara untuk mengunjungi negara Indonesia. Indonesia adalah salah satu negara di dunia yang menyimpan banyak potensi wisata, baik itu wisata alam, maupun wisata minat khusus. Potensi sumber daya alam dan ekosistemnya ini dapat dikembangkan dan dimanfaatkan sebagai pelestarian alam dan sekaligus sebagai wisata alam dan wisata minat khusus, misalnya gunung, laut, sungai, pantai, flora termasuk hutan, fauna, air terjun, danau dan pemandangan alam.

Pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan atau kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasiaan dan kebahagiaan dengan lingkungan dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu (Burkart dan Medlik, 1987:112).

Perkembangan pariwisata di Indonesia telah memasuki abad ke-21 perhatian terhadap pariwisata sudah sangat meluas, hal ini dapat terjadi

karena pariwisata mendatangkan manfaat dan keuntungan bagi negara-negara yang menerima kedatangan wisatawan (*tourist receiving countries*).

Pembangunan pariwisata memiliki peran signifikan dalam aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Dalam aspek ekonomi, tidak sedikit wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara datang untuk menikmati daya tarik wisata yang ada di Indonesia.

Dengan adanya kemajuan dalam dunia pariwisata, perkembangan wisata merupakan suatu rangkaian upaya untuk mewujudkan sumber daya pariwisata, segala bentuk aspek yang tercakup diluar pariwisata yang berkaitan langsung maupun tidak langsung akan mempengaruhi perkembangan pariwisata sampai saat ini. Belakangan ini wisata minat khusus mulai digemari oleh wisatawan. Wisata minat khusus adalah jenis pariwisata aktif yang pada umumnya melibatkan wisatawan sebagai pelaku, bukan sebagai penonton. Sifatnya yang menantang dan tak jarang memiliki resiko yang tinggi menyebabkan wisatawan yang ingin menikmati wisata jenis ini dituntut memiliki stamina fisik yang prima, serta persiapan yang cermat sebelum melakukannya, tak jarang pula harus diawali dengan latihan cukup berat dan pengadaan peralatan yang tidak murah.

Oleh karena itu, jenis pariwisata ini didominasi oleh kelompok usia tertentu. Berpedoman pada apa yang dicari wisatawan, maka kebutuhan lingkungan alam menjadi syarat yang perlu dijaga dan dilestarikan. Selain menjaga keutuhan lingkungan alam, masyarakat juga harus merasakan

manfaat dan ikut berpartisipasi dari adanya kegiatan wisata minat khusus tersebut.

Pariwisata merupakan salah satu kegiatan yang secara langsung menyentuh dan melibatkan masyarakat, sehingga membawa berbagai manfaat terhadap masyarakat setempat dan sekitarnya. Bahkan, pariwisata dikatakan mempunyai energi yang sangat kuat yang mampu membuat masyarakat setempat mengalami metamorfosa dalam berbagai aspeknya. Pariwisata mempunyai banyak manfaat bahkan bagi negara sekalipun. Manfaat pariwisata dapat dilihat dari berbagai aspek/segi yaitu manfaat pariwisata dari segi ekonomi, sosial budaya, lingkungan hidup, nilai pergaulan dan ilmu pengetahuan, serta peluang dan kesempatan kerja.

Kemajuan sektor pariwisata di satu sisi memberikan keuntungan ekonomis yang cukup tinggi. Keuntungan ekonomis ini membawa pengaruh pada pendapatan negara secara umum dan kesejahteraan masyarakat sekitar secara khusus. Kehadiran wisatawan dapat diartikan sebagai hadirnya rezeki bagi sejumlah orang mulai dari para pemandu wisata, sampai dengan para pedagang kecil. Dengan demikian, sektor pariwisata bukan sekedar memberikan keuntungan bagi pelaku-pelaku bidang pariwisata melainkan juga memberikan keuntungan bagi pihak-pihak lain di luar pariwisata.

Dari sisi lain, pengembangan sektor pariwisata mampu mendorong pengembangan sektor-sektor lain baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Pengembangan kawasan pantai misalnya, akan mendorong pengembangan bidang transportasi baik berupa perbaikan jalan maupun rute

angkutan kendaraan umum. Perbaikan sarana jalan dan angkutan kendaraan umum mengakibatkan daerah di sekitarnya terbebas dari isolasi, yang pada akhirnya membawa pengaruh pada dinamika kehidupan penduduknya. di samping itu, pengembangan sektor pariwisata membuka peluang bagi penduduk sekitarnya untuk meningkatkan taraf perekonomian melalui bisnis misalnya rumah makan maupun penginapan.

Dalam skala yang lebih besar, kesejahteraan dunia membawa pengaruh pada orang-orang dari berbagai penjuru dunia untuk mengenal kebudayaan dari negara lain. Salah satu caranya adalah dengan mengadakan perjalanan wisata. Keingintahuan ini menghasilkan keuntungan ekonomis berupa masuknya devisa pada keuangan negara. Pada akhirnya, bisnis pariwisata memberikan keuntungan yang cukup besar dari berlapis bagi bangsa dan masyarakat.

Sampai saat ini, Indonesia sedang gencarnya mempromosikan pariwisata melalui event-event internasional. Demi melebarkan sayap, dibentuklah Badan Promosi Pariwisata Indonesia (BPPI) yang bekerja sama dengan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf). Selain melalui event-event Indonesia juga mempromosikan melalui media *online*. Sehingga wisatawan asing atau domestik lebih mudah untuk mengetahui wisata yang ada di Indonesia.

Pariwisata dapat berkembang disuatu tempat pada dasarnya karena tempat tersebut memiliki daya tarik yang mampu mendorong wisatawan untuk datang mengunjunginya, maka dari itu kita harus lebih mempromosikan

daya tarik tempat wisata tersebut. Dalam pengembangan sebuah objek wisata juga di butuhkan adanya fasilitas yang berfungsi sebagai pelengkap dan untuk memenuhi berbagai kebutuhan wisatawan yang bermacam-macam. Fasilitas harus bersifat melayani dan mempermudah kegiatan atau aktifitas pengunjung.

Pariwisata adalah perjalanan yang dilakukan untuk rekreasi atau liburan yang menguntungkan devisa negara dan pertumbuhan ekonomi di negara Indonesia. Perhatian terhadap pariwisata sudah sangat meluas, hal ini terjadi karena pariwisata mendatangkan manfaat dan keuntungan bagi negara-negara yang menerima kedatangan wisatawan. Pembangunan pariwisata memiliki peran signifikan dalam aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan, untuk itu kita perlu mengembangkan bidang pariwisata dengan mempromosikan pariwisata melalui event-event internasional ataupun melalui dunia maya. Pariwisata dapat berkembang pada suatu tempat karena tempat tersebut memiliki daya tarik yang mampu mendorong wisatawan untuk datang mengunjunginya, maka kita harus lebih mempromosikan daya tarik tempat wisata tersebut.

Melihat sejumlah indikator di atas, pengembangan sektor pariwisata tampaknya menjadi sesuatu yang penting dan perlu mendapat perhatian khusus dari berbagai pihak. Kota Yogyakarta adalah tempat obyek wisata yang tidak asing lagi bagi kita sebagai warga negara Indonesia. Yogyakarta adalah salah satu daerah di Indonesia yang terkenal dengan banyak tujuan wisata yang bagus dan menarik. Yogyakarta merupakan pusat kerajaan

mataram, dan sampai saat ini masih ada keraton yang masih berfungsi dalam arti sesungguhnya. Yogyakarta juga memiliki banyak candi yang berusia ribuan tahun yang merupakan peninggalan kerajaan besar zaman dahulu, salah satunya adalah candi Borobudur yang dibangun pada abad ke 9 oleh dinasti Syailendra, sedangkan arsitek dari candi tersebut adalah Gunadharma. Pegunungan, pantai-pantai, hamparan sawah yang hijau dan udara yang sejuk menghiasi keindahan kota Yogyakarta. Masyarakat Jogja hidup dengan damai dan mempunyai keramahan yang khas. Coba kita berkeliling desa, kita pasti akan mendapat senyuman dan sapaan yang hangat dari para penduduk sekitar. Suasana seni yang begitu terasa di Yogyakarta. Malioboro yang merupakan urat nadi Jogja dibanjiri barang-barang kerajinan dari segenap penjuru. Para pengayuh becak pun siap mengantarkan kita mengelilingi tempat-tempat pariwisata.

Tak ayal bila kota Yogyakarta sangat terkenal dan merupakan salah satu tujuan utama para wisatawan mancanegara untuk berlibur dan menghabiskan sisa waktu istirahatnya di kota ini. Oleh karena itu, sebagai daerah wisata, banyak wisatawan maupun calon wisatawan dari luar Yogyakarta yang ingin mengunjungi tempat – tempat wisata di Yogyakarta. Namun, mereka membutuhkan jasa tour dan travel yang bisa membantu dan memandu mengantarkan mereka ke tempat – tempat wisata yang mereka tuju. Oleh karena itu, banyak perusahaan yang menawarkan jasa tersebut, salah satunya seperti PT. BKS Tour & Travel di Yogyakarta.

PT. BKS Tour & Travel adalah perusahaan yang bergerak di bidang tour dan travel di Yogyakarta, dengan kantor pusat yang berpusat di kota Bengkulu. PT. BKS berdiri sejak tahun 2002 dan mulai “melebarkan sayapnya“ ke Yogyakarta sejak tahun 2016. PT.BKS masih terhitung sebagai perusahaan jasa tour dan travel baru di Yogyakarta. Akan tetapi PT. BKS sudah melayani cukup banyak pengunjung wisatawan dari luar yogyakarta untuk berwisata ke yogyakarta. PT. BKS Tour dan Travel cukup diminati oleh para wisatawan yang ingin ke Yogyakarta. Salah satu metode promosi yang digunakan PT. BKS Tour & Travel adalah promosi melalui mediasosial instagram.Instagram adalah salah satu media sosial yang sangat cukup diminati oleh pengguna sosial media saat ini. Media sosial instagram juga merupakan salah satu media yang menyediakan sarana informasi yang dapat disampaikan pada semua pengguna aplikasi tersebut dan instagram juga banyak digunakan sebagai sarana promosi penjualan baik dibidang penjualan *online* maupun promosi jasa.

Dalam era globalisasi seperti sekarang ini teknologi dan informasi berperan sangat penting. Dengan menguasai teknologi dan informasi masa kini, memiliki modal yang cukup dalam persaingan global. Dari tahun ke tahun, teknologi yang ada di dunia ini terus mengalami perkembangan dalam berbagai bidang, salah satunya seperti mengikuti perkembangan internet seperti sosial media. Pada awalnya, dimana transaksi jual beli yang dilakukan secara langsung penjual dan pembeli bertemu langsung untuk negosiasi mengenai barang maupun jasa yang diperjual-belikan. Tetapi sekarang seiring

perkembangan teknologi internet, transaksi jual beli bisa dilakukan tanpa harus tatap muka secara langsung. Mereka bisa dengan mudahnya membuka internet dan mengadakan promosi serta transaksi melalui media sosial seperti Facebook, Twitter, situs jual-beli *online* khususnya Instagram.

Instagram merupakan salah satu aplikasi media sosial yang menyediakan fitur-fitur yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai jejaring sosial termasuk instagram itu sendiri. Manfaat instagram bagi promosi untuk meningkatkan penjualan seperti mempromosikan barang dagangan menggunakan barang dagangan menggunakan gambar yang bagus, jelas, serta menarik, dan tentunya memiliki nilai informasi mengenai barang yang akan di jual. Hingga saat ini instagram memiliki jutaan lebih pengguna aktif setiap bulannya. Dengan banyak orang yang menggunakan instagram tentunya membuka peluang juga untuk para pengusaha menjual barang dagangannya melalui instagram.

Adapun tujuan melakukan promosi menurut (Tjiptono, 2001:221) adalah menginformasikan (*informing*), mempengaruhi dan membujuk (*persuading*) serta mengingatkan (*reminding*) pelanggan tentang perusahaan dan bauran pemasarannya. (Sistaningrum, 2002:98) menjelaskan tujuan promosi adalah empat hal, yaitu memperkenalkan diri, membujuk, modifikasi dan membentuk tingkah laku serta mengingatkan kembali tentang produk dan perusahaan ataupun kelompok yang bersangkutan.

B. Rumusan Masalah

Dengan latar belakang yang penulis buat, penulis berencana untuk menjawab pertanyaan mengenai korelasi antara pengaruh sosial media instagram dengan minat wisatawan terhadap pariwisata di Yogyakarta “ Adakah hubungan antara promosi melalui sosial media instagram dengan minat wisatawan terhadap pariwisata di Yogyakarta khususnya di PT. BKS Tour Services?”

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan dan pengaruh sosial media instagram dengan minat wisatawan terhadap pariwisata di kota Yogyakarta khususnya.

D. Manfaat penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah :

1. Bagi penulis

Dengan melakukan penelitian ini penulis dapat mengetahui pentingnya daya tarik wisata dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung dan hubungannya dengan minat berkunjung pada lokasi wisata khususnya pariwisata di kota Yogyakarta.

2. Penelitian ini berguna untuk bahan informasi masukan yang membangun guna meningkatkan pengetahuan dibidang komunikasi terutama dibidang perkembangan atau kemajuan teknologi seperti era sekarang seperti kemajuan sosial media terutama media sosial instagram, dapat memberikan pemahaman bahwa kemajuan sosial media seperti instagram dapat membuat wawasan pengetahuan kita lebih jauh.

E. Bentuk dan Desain Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan desain penelitian hubungan korelatif yang menggunakan bentuk penelitian penjelasan (*explanatory research*) yaitu upaya untuk membuktikan adanya hubungan antar variabel dalam penelitian ini (Bajari, 2015:47). Pada dasarnya penulis mengembangkan konsep yang telah didapat dari pra penelitian dan meneliti seberapa jauh mengenai hubungan antara intensitas hubungan antara promosi melalui sosial media instagram dengan minat wisatawan terhadap pariwisata di Yogyakarta.

F. Metode Penelitian

Penelitian dalam skripsi ini menggunakan penelitian kuantitatif, sedangkan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan korelasional. Pendekatan jenis ini bertujuan untuk melihat apakah antara dua variabel atau lebih memiliki hubungan korelasi atau tidak. (Zaenal, 2009:17)

1. Lokasi penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di PT. BKS Tour Services Yogyakarta.

2. Variabel penelitian dan definisi operasional :

a. Variabel dalam penelitian ini ada dua yaitu variabel bebas dan terikat.

1. variabel bebas : promosi pariwisata melalui sosial media instagram.

2. variabel terikat : minat wisatawan terhadap pariwisata Yogyakarta di PT. BKS Tour Services.

b. Definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Definisi Konsep dari penelitian ini menyatakan bahwa pengaruh sosial media instagram adalah sebagai berikut Promosi adalah suatu aktivitas komunikasi dari pemilik produk atau jasa yang ditujukan kepada masyarakat, dengan tujuan supaya produk atau jasa, merek dan nama perusahaan dapat dikenal masyarakat sekaligus mempengaruhi masyarakat supaya mau membeli serta menggunakan produk atau jasa perusahaan. Promosi dalam penelitian ini sebatas pada promosi PT. BKS Tour Services untuk mempromosikan paket- paket yang ditawarkan.

2. Definisi operasional wisatawan terhadap pariwisata di

Yogyakarta adalah sebagai berikut :

- a. Besarnya minat wisatawan terhadap pariwisata di kota Yogyakarta dengan menggunakan jasa tour.
- b. Kegiatan mempromosikan paket wisata kota Yogyakarta agar dapat memikat wisatawan untuk wisata dikota Yogyakarta.

3. Data penelitian

Penelitian ini menggunakan dua sumber data yaitu data primer dan data skunder.

- a. Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diperoleh langsung dari responden, responden disini yang dimaksudkan oleh peneliti adalah pengguna jasa PT.BKS Services.
- b. Data sekunder adalah data yang penulis dapatkan dari PT. BKS Tour Services berupa seberapa minat tamu wisatawan terhadap pariwisata di Yogyakarta, jumlah tamu, dan lain-lain. Selain itu, data sekunder juga mencakup data-data tambahan yang penulis dapatkan dari sumber lain seperti buku, dan dari data internet yang turut mendukung penelitian.

4. Populasi, sampel responden dan teknik pengambilan sampel.

a) Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas, obyek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, jadi disini populasi maksudnya bukan hanya orang atau makhluk hidup akan tetapi juga benda atau makhluk alam.

Tahap pertama dari sampling adalah menentukan populasi. Populasi adalah jumlah total dari seuruh unit dari mana sampel dipilih (Silalahi, 2015:372). Penelitian ini dilakukan di PT.BKS Tour Services, dan populasi berjumlah 180 orang.

b) Sampel penelitian

Sampel adalah sebagian anggota dari populasi yang memberikan data atau informasi yang diperlukan dalam suatu penelitian, sampel juga dapat diartikan sebagai suatu subsek atau sebagian elemen yang dipilih dengan cara tertentu dari populasi (Silalahi, 2015:374). Oleh karena itu, sampel harus dilihat sebagai suatu gambaran populasi dan bukan populasi itu sendiri. Melihat pernyataan diatas penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu

menggunakan teknik acak sederhana (*simple random sampling*).

Teknik acak sederhana adalah teknik yang memberikan kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel. Dengan kesempatan yang sama ini, hasil dari suatu penelitian dapat digunakan untuk memprediksi populasi. Selain itu, teknik acak sederhana dipakai karena populasi penelitian bersifat homogen. (Prasetyo, 2006: 123).

Responden yang akan diambil datanya dalam penelitian ini yaitu pengguna jasa di PT. BKS Tour dan Travel Yogyakarta. Oleh karena itu, penentuan sampel dalam penelitian ini berdasarkan pada teori Suharsimi Arikunto, apa bila jumlah subjek lebih dari 100 orang maka dapat diambil antara 10 – 15% atau 25% atau lebih (Arikunto, 1998:133). Penulis menentukan sampel sebanyak 50% dari jumlah populasi. Jadi, jumlah sampel yang diambil adalah $50/100 \times 180 = 90$. Kenyataannya menunjukkan pengguna jasa tour memiliki keseragaman motif yang sama dan latar belakang yang sosial yang sama yang juga relatif homogen. Hal ini juga menjadi dasar untuk melakukan penelitian di PT. BKS Tour Services.

1. Metode pengumpulan data

Dalam pembahasan ini penulis akan mengemukakan teknik pengumpulan data. Teknik pengumpulan data ini yang penulis pilih ialah menggunakan metode pengambilan acak sampel sederhana (*random sampling*). Dalam penelitian / angket ini menggunakan metode *survey*. Instrumen yang di gunakan adalah dengan kuesioner dan wawancara. Angket dan wawancara ini akan diberikam kepada responden. Responden adalah sampel yang dipilih dari populasi yang ada, selain kuesioner, responden juga akan di wawancarai. Dan data dari hasil wawancara akan melengkapi data yang didapat dari kuesioner seperti :

- a) Populai yaitu orang-orang pengguna jasa di PT.BKS Tour Services Yogyakarta yang berjumlah 90 orang.
- b) Responden atau sampel terpilih ysng diberikan sejumlah pertanyaan dalam angket/kuesioner.
- c) Data dari jumlah pengguna jasa, nama dan kota asal mereka.
- d) Wawancara :

Wawancara adalah salah satu pengumpulan data dengan jalan tanya jawab sepihak yang dikerjakan sistematis dan berdasarkan pada tujuan penelitian. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui

hal-hal dari reponden yang lebih mendalam. (Sugiyono, 2012:137).

Penulis mewawancarai beberapa responden sebagai perwakilan dari semua responden yang ada, responden yang penulis wawancarai terdiri dari pengguna jasa laki-laki dan perempuan, jawaban yang mereka berikan sangat membantu penulis didalam penulisan dan hasil penelitian ini.

e) Angket penelitian :

Metode ini digunakan dengan jumlah besar dan dapat mengungkapkan hal-hal yang sifatnya rahasia. (Sugiyono,2006: 121). Angket adalah merupakan suatu daftar isi pertanyaan yang harus dijawab atau yang harus dikerjakan oleh responden. Metode yang digunakan penulis ialah kuesioner tertutup.

Kuesioner tertutup ialah dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan langsung yang berbentuk dimana responden tinggal memilih jawaban-jawaban yang telah disediakan didalam kuesioner tersebut. Dengan metode angket ini penulis dapat mengetahui situasi dan kondisi di tempat penelitian. Penyusunan angket didasarkan atas sejumlah indikator penelitian yang dapat dilihat dibagian lampiran.

Pertama-tama ditentukan beberapa alternatif katagori respons atau satu seri item respons (*compiling possible scale*

item) yang mengekspresikan luas jangkauan sikap responden (silalahi, 2015:348). Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menghasilkan data yang akurat yaitu dengan menggunakan skala *likert*. (Sugiyono 2014 : 134) menyatakan bahwa “ skala Likert digunakan untuk mengukur suatu sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena sosial”. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis instrumen angket atau kuesioner dengan pemberian skor sebagai berikut :

- i. SS : Sering sekali yang diberi skor 5
- ii. S : Sering yang diberi skor 4
- iii. Kk : kadang-kadang yang diberi skor 3
- iv. JS : Jarang Sekali yang diberi skor 2
- v. TP : Tidak Pernah yang diberi skor 1

Sedangkan, untuk meneliti minat wisatawan terhadap pariwisata (variabel terikat), maka jawaban dapat diberi skor sebagai berikut :

- i. Sangat setuju diberi skor 5
- ii. Setuju diberi skor 4
- iii. Netral diberi skor 3
- iv. Tidak setuju diberi 2
- v. Sangat tidak setuju diberi skor 1

Agar mendapatkan sebuah hasil penelitian yang memuaskan, peneliti menyusun rancangan kisi-kisi instrumen penelitian. (Arikunto,2006 : 162). Menyatakan bahwa kisis-kisi bertujuan untuk menunjukkan keterkaitan antara variabel yang diteliti dengan sumber data atau teori yang diambil. Dalam penelitian ini dari setiap variabel yang ada akan diberikan penjelasan, selanjutnya menentukan indikator yang akan diukur, hingga menjadi item pernyataan, seperti terlihat pada tabel dibawah ini :

VARIABEL	INDIKATOR	DESKRIPTOR	NO. ITEM
Intensitas menggunakan sosial media instagram	1. Aktifitas Kompunennya	Besarnya frekuensi untuk bermain instagram	1,2,3,4,5,7,9,10,12
	1. Aktifitas	Hal yang dilakukan diluar bermain instagram yang turut berpengaruh dalam kegiatan seseorang bermain instagram	5,6,7,10,14,15,16,17,18,19,20

Tabel I. Kisi-kisi koesioner variabel pengaruh sosial media Instagram

Variabel	Indikator	Deskriptor	No. Item
Minat wisatawan terhadap pariwisata jasa tour di yogyakarta	Motif	Berkenaan terhadap cara promosi yang dilakukan melalui sosial media Instagram	2,5,7,9,,14,20,21,24,25,26,27
	Prilaku	Seberapa inten melakukan promosi dan hal yang dapat memikathati pengguna jasa dengan penyediaan fasilitas	1,3,4,6,8,10,11,12,13,15,16,17,18,19,22,23,28,29,30

Tabel 2. Kisi-kisi kuesioner minat wisatawan terhadap jasa tour

2. Metode Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menunjukkan keabsahan dari instrumen yang akan dipakai pada penelitian. Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen (Arikunto, 2006:168). Pengertian validitas tersebut menunjukkan ketepatan dan kesesuaian alat ukur yang digunakan untuk mengukur variabel. Alat ukur dapat dikatakan valid jika benar-benar sesuai dan menjawab secara cermat tentang variabel yang akan diukur. Validitas juga menunjukkan sejauh mana ketepatan pernyataan dengan apa yang dinyatakan sesuai dengan koefisiensi validitas.

a. Uji Validitas :

Penguji validitas ini penulis menggunakan alat ukur dalam penelitian terdiri dari uji validitas isi dan uji validitas internal. Uji validitas isi merupakan proses telaah dan revisi butir-butir item pernyataan pada skala yang merupakan alat ukur, yang digunakan berdasarkan pendapat profesional para ahli (*professional judgement*). Tenaga ahli yang memberikan pendapat profesional dalam penelitian ini adalah dosen pembimbing.

Uji validitas ini dilakukan dengan melakukan uji coba skala pengukuran pada sejumlah responden berbeda lokasi yang memiliki karakteristik yang sama dengan responden yang akan diteliti atau yang menjadi subjek penelitian. Kemudian, hasil indeks korelasi antara skor item dinyatakan menggunakan perhitungan program statistical *Product and Service Solution* (SPSS) versi 22 for windows. Dalam penelitian ini, penulis melakukan uji validitas terhadap 50 pengguna jasa tour di perusahaan tour Travelista di Yogyakarta.

Setelah dilakukan uji validitas pada kuesioner variabel seberapa sering orang menggunakan jasa sosial media instagram sebanyak 20 item (kisi-kisi dapat dilihat pada tabel 1). Dengan berdasarkan pada signifikan $r = 0,05$ dan angka korelasi $>0,4 - 1,0$ maka, hasil analisa menunjukkan jumlah item yang valid 17 butir dan tidak valid 3 butir seperti pada tabel dibawah ini :

No	Indikator	No. Item valid	No. Item gugur/ tidak valid
1	Aktivitas konsumen	2,3,4,5,6,8,9,11,12,13	1
2	Aktivitas pengguna jasa	5,7,14,15,16,17,18,19	10,20
	Jumlah	17	3

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Skala seberapa sering orang menggunakan akun sosial media instagram

Uji validitas juga dilakukan pada kuesioner variabel minat konsumen terhadap pariwisata di Yogyakarta sebanyak 30 pertanyaan (kisi-kisi dapat dilihat pada tabel 2). Hasilnya menunjukkan bahwa koefisien validitas bergerak antara 0,000 – 0,064. Dengan berdasarkan pada signifikansi $r = 0,05$ dan angka korelasi $>0,4 - 1,0$ maka, hasil analisa menunjukkan jumlah item yang valid 18 butir dan yang tidak valid 12 butir, seperti pada tabel dibawah ini :

No	Indikator	No. Item valid	No. Item gugur /tidak valid
1	Motif	14,20,21,24,25,26,27	2,5,7,9
2	Perilaku	1,12,13,15,16,17,18,19,20,21, 22,23,30	3,4,6,8,10,11,28,29
	Jumlah	18	12

Tabel 4. Hasil uji validitas skala minat wisatawan terhadap pariwisata di Yogyakarta

a. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat ukur yang konsisten dari serangkaian pengukuran alat ukur, hal tersebut bisa berupa pengukuran dari alat ukur yang sama (tes dengan tes ulang) akan memberikan hasil yang sama. Reliabilitas menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran dengan alat tersebut dapat dipercaya. Hasil pengukuran harus reliabel dalam artian harus memiliki tingkat konsisten dan kemantapan (Sumardi, 2004:28).

Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan uji reliabilitas dimana suatu instrumen dapat dikatakan reliabel apabila memiliki koefisien keandalan atau alpha dengan ketentuan $<0,6$ tidak reliabel, $0,6 - 0,7$ acceptable, dan $>0,8$ sangat baik. Uji reliabilitas dalam penelitian ini adalah konsistensi internal atau *internal consistency* yang dilakukan dengan percobaan instrumen lebih dari satu kali kemudian hasilnya dianalisis. Uji reliabilitas penelitian ini menggunakan teknik analisis Cronbach's alpha, dengan bantuan program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 22 for windows.

Setelah dilakukan uji reliabilitas dilakukan pada skala seberapa sering orang menggunakan akun sosial media instagram dan minat wisatawan terhadap pariwisata di Yogyakarta, hasilnya menunjukkan koefisien alpha sebesar 0,760 dengan jumlah item valid sebanyak 17 item, sedangkan untuk skala minat wisatawan terhadap pariwisata di Yogyakarta, koefisien alpha sebesar 0,763 dan jumlah validnya 18 item, seperti pada tabel dibawah ini :

SKALA	JUMLAH ITEM VALID	OEFIENSI ALPHA
Seberapa sering menggunakan akun media instagram	17	0,760
Minat wisatawan terhadap pariwisata di Yogyakarta	18	0,763

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilita

Penentuan jumlah item valid diatas berdasarkan pada pedoman menentukan tingkat keandalan instrumen ukuran dari *Cronbach's Alpha* dalam silalahi (2015), yaitu dalam tabel sebagai berikut :

Hasil uji Cronbach's Alpha	Derajat Keandalan
<0,5	Tidak dapat digunakan
0,5 – 0,6	Jelek (poor)
0,5 – 0,7	Cukup/dapat diterima (fair)
0,7 – 0,9	Bagus (good)
>0,9	Luar biasa bagus (excellent)

Tabel 6. Pedoman menentukan tingkat keandalan instrumen ukuran dari Cronbach's

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai Cronbach alpha dari variabel promosi menggunakan sosial media instagram (X) 0,760, dan minat wisatawannya (Y) 0,763. Dengan kata lain dapat disimpulkan bahwa hasilnya relatif baik/bagus.

3. Metode Analisis Data

Dalam sebuah penelitian ini tahap pertama yang harus dilakukan bagi peneliti adalah menganalisis hubungan antar dua variabel, apakah antar variabel itu saling terikat atau memiliki hubungan yang erat ataukah tidak jadi jenis analisa data dalam penelitian ini adalah analisa bivariat, disebut bivariat karena ada dua (bi) variabel, yang dianalisis (silalahi: 2015:274). Data yang akan dianalisis ini menggunakan alat bantu perangkat lunak software SPSS versi 22 windows tahun 2013.

Metode yang digunakan adalah metode statistik nonparametrik dengan rumus korelasi *Kendall's tau*, dimana statistik nonparametrik ialah suatu sistematik yang digunakan untuk menganalisis data yang berskala pada nominal karena pada umumnya data berjenis nominal tidak menyebar. Sedangkan analisis korelasi dilakukan yaitu dengan korelasi linier sederhana. Jika hasilnya positif maupun negatif tidak dapat ditunjukkan oleh analisis korelasi maka dapat dikatakan bahwa dua variabel itu saling bebas atau independen dan tidak saling mempengaruhi atau tidak saling terkait satu dengan yang lainnya.

Korelasi positif atau negatif lebih besar dari 0,8 atau 0,8 dikatakan ada hubungan positif atau negatif yang kuat antar variabel. Bila lebih kecil dari 0,5 atau -0,5 maka ada hubungan positif atau hubungan negatif yang lemah antar dua variabel atau lebih. Pada studi ilmu eksakta dibutuhkan koefisien korelasi lebih besar 0,7 untuk menyatakan kekuatan hubungan antar-variabel sedangkan dalam ilmu sosial dapat dibolehkan koefisien korelasi lebih kecil dari 0,5 dapat ditoleransi karena variabel sosial sifatnya dinamis.

Dari analisis korelasi *Kendall's tau* dapat diketahui apakah ada hubungan antara seberapa sering orang menggunakan akun sosial media instagram dengan minat wisatawan terhadap pariwisata yang ada di kota Yogyakarta. Dapat dilihat dari keterangan gambar dibawah ini :

Correlations			Penggunaan instagram	MINATKONSUMEN
Kendall's tau_b	Penggunaan Instagram	relation Coefficient	1,000	,544**
		(2-tailed)	.	,000
			90	90
	MINATKONSUMEN	relation Coefficient	,544**	1,000
		(2-tailed)	,000	.
			90	90

Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Gambar 1. Hasil perhitungan korelasi hubungan menggunakan akun sosial media instagram dengan minat wisatawan pariwisata di Yogyakarta.

Dari data gambar tabel diatas, penulis memperoleh data dari 90 responden bahwa adanya hubungan antara penggunaan instagram dengan minat wisatawan saling berhubungan. Dimana antara menggunakan sosial media instagram dan minat wisatawan saling memiliki nilai yang sama.

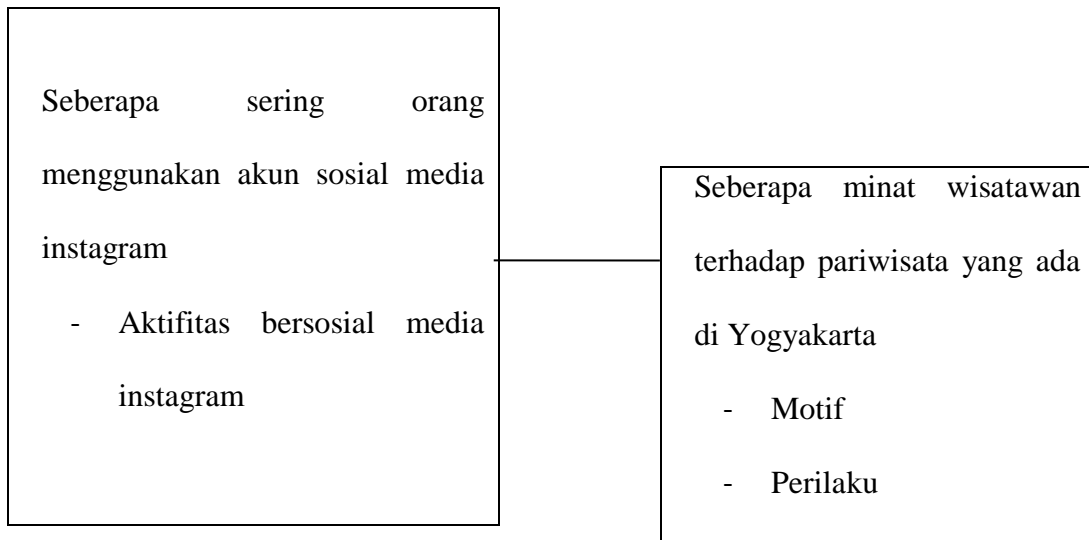
G. Hipotesis

- 1) Hipotesis Nol : Tidak ada hubungan antara intensitas bermain media instagram dengan minat wisatawan di yogyakarta dengan PT. BKS Tour Services.
- 2) Hipotesis Kerja: Ada hubungan antara intensitas hubungan bermain media sosial instagram dengan minat wisatawan di yogyakarta dengan PT. BKS Tour Services.

H. Kerangka Konsep Penelitian

Kerangka konsep penelitian adalah suatu hubungan atau kaitan antara konsep satu dengan konsep lainnya dari masalah yang ingin diteliti. Kerangka konsep ini berguna untuk menghubungkan atau menjelaskan secara panjang lebar tentang suatu topik yang akan dibahas.

Kerangka konsep dalam penelitian yang penulis ini menjelaskan hubungan intensitas bermain menggunakan instagram dengan minat wisatawan di PT. BKS Tour Services Yogyakarta. Sebagaimana jabaran metode penelitian sebelum ini variabel terikat dan bebas. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah hubungan pengaruh sosial media instagram atau terikat dalam penelitian ini adalah minat wisatawan terhadap pariwisata di yogyakarta di PT. BKS Tour Services. Kerangka konsepnya seperti yang tergambar dalam skema dibawah ini :



Gambar 2. Skala Menunjukkan bahwa Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Pariwisata di Yogyakarta.

Dari keterangan gambar diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa kerangka konsep tentang menggunakan sosial media instagram dengan minat wisatawan pariwisata Yogyakarta memiliki komponen-komponennya. Dimana kerangka konsep dalam menggunakan sosial media instagram memiliki komponen tentang aktifitas konsumen adalah seberapa sering responden atau pengguna akun sosial media instagram memainkan sosial mediana, sedangkan aktifitas penggunanya ialah seberapa sering PT.BKS Tour Services memposting paketan atau jasanya dalam akun instagram. Sedangkan konsep minat wisatawan terhadap pariwisata di Yogyakarta memiliki dua komponen yaitu motif dan prilaku, dimana motif adalah PT.BKS Tour services menawarkan jasa atau paketan wisatanya menggunakan sosial media instagram terhadap responden, dan komponen prilakunya ialah seberapa baik servis yang ditawarkan PT.BKS Tour Services terhadap responden.