

ABSTRAK

STUDI KUANTITATIF PERSEPSI PENGUNJUNG PADA KUALITAS KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @tamanpintar_yogyakarta

Rahmi Satyawati

210710105

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Studi Kuantitatif Persepsi Pengunjung Pada Kualitas Konten Media Sosial Instagram @tamanpintar_yogyakarta. Di era digital saat ini, media sosial khususnya Instagram telah menjadi sarana yang sangat efektif dalam membangun citra dan menjalin komunikasi dengan masyarakat. Taman Pintar Yogyakarta sebagai destinasi wisata edukasi unggulan di Yogyakarta memanfaatkan Instagram sebagai platform promosi dan komunikasi dengan pengunjung. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik survei melalui penyebaran kuesioner untuk mengetahui hubungan antara kualitas konten Instagram dengan persepsi pengunjung Taman Pintar Yogyakarta. Kualitas konten media sosial diukur berdasarkan aspek-aspek seperti relevansi informasi, daya tarik visual, konsistensi posting, dan interaktivitas konten. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas konten Instagram @tamanpintar_yogyakarta memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi pengunjung terhadap kualitas konten yakni 61,9%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator Concrete dan Complete menjadi aspek tertinggi pada variabel konten media sosial, yang mencerminkan kejelasan dan kelengkapan informasi dalam konten Instagram @tamanpintar_yogyakarta.

Kata kunci: Media Sosial, Instagram, Kualitas Konten, Persepsi Pengunjung, Taman Pintar Yogyakarta.

ABSTRACT

A QUANTITATIVE STUDY OF VISITORS' PERCEPTION OF THE QUALITY OF INSTAGRAM SOCIAL MEDIA CONTENT

@tamanpintar_yogyakarta

Rahmi Satyawati

210710105

This study aims to analyze quantitatively the perceptions of visitors regarding the quality of Instagram social media content on @tamanpintar_yogyakarta. In today's digital era, social media, especially Instagram, has become a highly effective tool for building image and communicating with the public. Taman Pintar Yogyakarta, a leading educational tourism destination in Yogyakarta, utilizes Instagram as a promotional and communication platform with visitors. This study used quantitative methods with a survey technique through questionnaire distribution to determine the relationship between Instagram content quality and visitor perceptions on Taman Pintar Yogyakarta. The quality of social media content is measured based on aspects such as information relevance, visual appeal, posting consistency, and content interactivity. The results show that the quality of Instagram content @tamanpintar_yogyakarta has a positive and significant influence on visitor perceptions of content quality, namely 61.9%. The results show that the Concrete and Complete indicators are the highest aspects of the social media content variable, which reflects the clarity and completeness of information in the Instagram content @tamanpintar_yogyakarta.

Keywords: Social Media, Instagram, Content Quality, Visitor Perception, Yogyakarta Smart Park.