

**PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@PESONAIID_TRAVEL TERHADAP MINAT BERKUNJUNG
KAUM MILENIAL PADA WISATA INDONESIA**

ARLISA INTAN AINIYYAH

Abstrak

Penelitian ini dilatar belakangi dengan adanya perkembangan teknologi komunikasi yaitu media sosial. Pariwisata dapat memanfaatkan media sosial sebagai media promosi secara visual yaitu dengan platform media sosial Instagram. Salah satu akun media sosial Instagram yang memanfaatkannya yaitu @pesonaid_travel yang dikelola langsung oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh media sosial Instagram @pesonaid_travel terhadap minat berkunjung kaum milenial pada wisata Indonesia serta besaran pengaruh media sosial Instagram @pesonaid_travel terhadap minat berkunjung kaum milenial pada wisata Indonesia. populasi dalam penelitian ini ada *followers* akun @pesonaid_travel, dengan sampel berjumlah 100 responden. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanasi. Dari hasil analisis dari penelitian ini bahwa terdapat berdasarkan uji korelasi terdapat hubungan yang kuat antara variabel X dengan Y sebesar 0,744. Serta didapatkan R square yaitu sebesar 57.30% dan dari hasil uji regresi linear sederhana yaitu mendapatkan hasil $Y = 3,895 + 0,388 X$ dan hasil dari uji hipotesis yaitu dengan nilai $t_{hitung} 11,022 > t_{tabel} 1,660$. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh akun media sosial Instagram @pesonaid_travel terhadap minat berkunjung. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel X (media sosial Instagram @pesonaid_travel) terhadap variabel Y (minat berkunjung kaum milenial pada wisata Indonesia).

Kata kunci: Media Sosial Instagram, Pariwisata, Minat Berkunjung, Pengaruh, @pesonaid_travel

**THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA INSTAGRAM
@PESONAIID_TRAVEL ON MILLENIAL VISIT INTEREST IN
INDONESIAN TOURISM**

ARLISA INTAN AINIYYAH

Abstract

This research is motivated by the development of communication technology, namely social media. Tourism can use social media as a visual promotion medium, namely the Instagram social media platform. One of the Instagram social media accounts that uses it is @pesonaid_travel which is managed directly by the Ministry of Tourism and Creative Economy of the Republic of Indonesia. This study aims to determine whether there is an influence of social media Instagram @pesonaid_travel on millennials' interest in visiting Indonesian tourism and the magnitude of the influence of social media Instagram @pesonaid_travel on millennials' interest in visiting Indonesian tourism. the population in this study there are followers of the @pesonaid_travel account, with a sample of 100 respondents. This study uses quantitative methods with the type of explanatory research. From the results of the analysis of this study, based on the correlation test, there is a strong relationship between the X and Y variables of 0.744. And obtained R square that is equal to 57.30% and from the results of a simple linear regression test that is getting the results $Y = 3.895 + 0.388 X$ and the results of the hypothesis test that is the value of $t_{count} 11.022 > t_{table} 1.660$. It can be concluded that there is an influence of the Instagram @pesonaid_travel social media account on visiting interest. It can be concluded that there is an influence between variable X (social media Instagram @pesonaid_travel) on variable Y (millennials' interest in visiting Indonesian tourism).

Keywords: *Instagram Social Media, Visiting Interest, Theory SOR, @pesonaid_travel*