

**PENGARUH DAYA TARIK ISI PESAN INSTAGRAM
@LINGKARINDONESIA TERHADAP KEPUTUSAN UNTUK
TRAVELLING.
(Survei pada Mahasiswa/i Fakultas Pariwisata Universitas Pancasila)**

Noviya Ferdina

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh daya tarik isi pesan Instagram @lingkarindonesia terhadap keputusan untuk travelling (Survei pada mahasiswa/i fakultas Pariwisata Universitas Pancasila). Konsep dan model yang relevan dalam penelitian ini antara lain teori komunikasi persuasif, daya tarik isi pesan, dan pengambilan keputusan. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah metode. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa/i fakultas Pariwisata Universitas Pancasila dengan jumlah 71 sampel. Teknik analisis pengaruh variabel X terhadap variabel Y menggunakan uji koefisien determinasi. Teknik pengujian data diproses menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 23. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa korelasi dari variabel X dengan variabel Y sebesar 0,843. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi diperoleh hasil adanya pengaruh variabel X terhadap variabel Y sebesar 60%. Dengan demikian perhitungan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $10.348 > 1.667$, maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti semakin besar pengaruh daya tarik isi pesan Instagram @lingkarindonesia di media sosial maka semakin tinggi keputusan untuk *travelling*.

Kata Kunci : Daya Tarik Isi Pesan, Pengambilan Keputusan

***THE EFFECT ATTRACTION OF MESSAGE CONTENT OF INSTAGRAM
@LINGKARINDONESIA ON TRAVELLING DECISION
(A Survey to Students of Tourism Faculty, Pancasila)***

Noviya Ferdina

Abstract

This research aims to know the effect attraction of message content of Instagram @lingkarindonesia on travelling decision (a survey to students of tourism faculty, Pancasila University). Concept and theory that relevant in this study are persuasive communication theory, attraction of message content and decision making. This research was done using quantitative approach. This research was using survey method. This research's population is student of tourism faculty, Pancasila University with total of 71 samples. The technique used for analyzing the effect of variable x on the y variable is the coefficient of determination test. Data testing techniques are processed using the SPSS program (Statistical Product and Service Solution) version 23. The results of this study indicate that the correlation of the x variable with y variable is 0,843. Based on the calculation of the coefficient of determination resulted that the influence of the variable x on the variable y is 60%. Thus the calculation of t count > t table is 10,348 > 1,667, it can be concluded that Ho is rejected and Ha is accepted which means the greater the effect attraction of message content of Instagram @lingkarindonesia's effects in social media then the higher the decision on travelling.

Keywords : Attraction of Message Content, Decision Making.