

**PENGARUH *CONTENT VISUAL* AKUN *TIKTOK @Jakarta tourism*  
TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN NUSANTARA KE  
DKI JAKARTA**

(Survei terhadap *followers* akun *TikTok @Jakarta tourism*)

**FADHIL FERDIANSYAH**

**ABSTRAK**

Penelitian ini membahas mengenai perkembangan teknologi dalam menyampaikan komunikasi berupa informasi yang dikemas menjadi sebuah konten berbentuk video berdurasi pendek melalui media sosial. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui besaran dari pengaruh *Content Visual* akun *TikTok @Jakarta tourism* terhadap keputusan berkunjung wisatawan Nusantara ke DKI Jakarta. Teori yang relevan dalam penelitian ini adalah teori A-T-R (*Awareness, Trial, Reinforcement*). Penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian ini adalah para *followers* akun *TikTok @Jakarta tourism* yang berjumlah 3932 *followers*, dengan jumlah sampel 98 responden yang telah dihitung menggunakan teknik Slovin dengan tingkat *error* 10%. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Korelasi antara variabel pengaruh *Content Visual* akun *TikTok @Jakarta tourism* dengan variabel keputusan berkunjung wisatawan Nusantara ke DKI Jakarta adalah 0,839 yang berarti bahwa nilai tersebut memiliki hubungan yang sangat kuat karena terletak diantara 0,800 – 0,1000, hasil ini ditentukan berdasarkan tabel pedoman interpretasi koefisien Korelasi. Besarnya kontribusi variabel X terhadap variabel Y diukur dengan uji koefisien determinasi yang memperoleh hasil sebesar 83,9%, hasil ini ditentukan berdasarkan nilai R Square yang didapat melalui perhitungan SPSS. Kemudian perhitungan hipotesis dengan rumus uji t, diperoleh t hitung sebesar 15,108 yang ditentukan pada tingkat signifikansi 10%. Dengan demikian perhitungan variabel pengaruh *Content Visual* akun *TikTok @Jakarta tourism* (X) dengan variabel keputusan berkunjung wisatawan Nusantara ke DKI Jakarta (Y), dapat disimpulkan berdasarkan hasil hipotesis yaitu **H<sub>0</sub>** ditolak dan **H<sub>a</sub>** diterima yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara *Content Visual* akun *TikTok @Jakarta tourism* terhadap keputusan berkunjung wisatawan Nusantara ke DKI Jakarta.

Kata Kunci: *Content Visual*, *TikTok @Jakarta tourism*, keputusan berkunjung, wisatawan nusantara, DKI Jakarta.

**THE EFFECT OF TIKTOK ACCOUNT ACCOUNT VISUAL @Jakarta\_tourism ON  
THE DECISION OF VISITING ARCHIPELAGO TO TOURISM  
(Survey of TikTok @Jakarta\_tourism account followers)**

**FADHIL FERDIANSYAH**

***ABSTRAK***

*This research discusses the development of technology in delivering communication in the form of information that is packaged into a short-form video content through social media. The purpose of this study was to determine the magnitude of the influence of the TikTok @Jakarta\_tourism account's visual content on the decision to visit Nusantara tourists to DKI Jakarta. The relevant theory in this study is the A-T-R (Awareness, Trial, Reinforcement) theory. This research was conducted using a quantitative approach with a survey method. The population of this study is the followers of the TikTok @Jakarta\_tourism account, which amounted to 3932 followers, with a sample of 98 respondents who had been calculated using the Slovin technique with an error rate of 10%. The results of this study indicate that the correlation between the variable visual effect of the TikTok @Jakarta\_tourism account and the variable of the decision to visit the Nusantara tourists to DKI Jakarta is 0.839 which means that the value has a very strong relationship because it is located between 0.800 - 0.1000, these results are determined based on the table Guidelines for interpreting the correlation coefficient. The magnitude of the contribution of variable X to the variable Y is measured by the coefficient of determination test that yields a result of 83.9%, this result is determined based on the R Square value obtained through the SPSS calculation. Then the calculation of the hypothesis with the t test formula, obtained t count of 15.108 which is determined at the 10% significance level. Thus the calculation of the variable influence the visual content of the TikTok @Jakarta\_tourism (X) account with the decision variable of the Nusantara tourist's visit to DKI Jakarta (Y), it can be concluded based on the results of the hypothesis that Ho is rejected and Ha is accepted, which means there is a significant influence between the visual content of the TikTok @ account Jakarta\_tourism on the decision to visit Nusantara tourists to DKI Jakarta. Keywords: Visual Content, TikTok @Jakarta\_tourism, decision to visit, archipelago tourists, DKI Jakarta*