

Peran Media Sosial Dan Motivasi Pasca Covid-19 Terhadap Minat Pengunjung Pada Pantai Dato Kabupaten Majene

Baiduri¹, Nursyam Anwar², Erwin³, Hamsyah Hamsyah⁴, Muhammad Saleh ZD⁴

¹⁻⁴Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Sulawesi Barat

¹Corresponding author's email: bayduri0702@gmail.com

Abstract: *The Role of Social Media and Post-Covid-19 Motivation on Visitor Interests at Dato Beach, Majene Regency. The goal to be achieved in this study is to determine the effect of social media and post-covid-19 motivation on visitor interest at dato beach, Majene Regency. Using the SPSS method, the 50 respondents who were used as samples in this study were visitors who came to Dato Beach, Majene Regency. The type of data used in this study is primary data. The data collection technique was carried out by distributing questionnaires to the research sample. Analysis t test is used to test in this study. The results of this study indicate that social media has a significant effect on visitor interest, motivation has a significant effect on visitor interest, social media and motivation together have a significant effect on visitor interest in dato beach, Majene Regency.*

Keywords: *Social Media, Visitor Motivation and Interests*

Abstrak: Peran Medi Sosial dan Motivasi Pasca Covid-19 Terhadap Minat Pengunjung Pada Pantai Dato Kabupaten Majene. Tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh media sosial dan motivasi pasca covid-19 terhadap minat pengunjung pada pantai dato Kabupaten Majene. Dengan menggunakan metode SPSS, terhadap 50 responden yang dijadikan sebagai sampel pada penelitian ini yaitu pengunjung yang datang kepantai dato Kabupaten Majene. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada sampel penelitian. Analisis Uji t digunakan untuk menguji dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh signifikan terhadap minat pengunjung, motivasi berpengaruh signifikan terhadap minat pengunjung, media sosial dan motivasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat pengunjung pada pantai dato Kabupaten Majene.

Kata Kunci: Media Sosial, Motivasi dan Minat Pengunjung

1. Pendahuluan

Media merupakan salah satu unsur dari komunikasi yang digunakan sebagai sebuah sarana memproduksi, reproduksi, mengolah dan mendistribusikan untuk menyampaikan sebuah informasi. Dapat dikatakan secara sederhana, sebuah media komunikasi adalah sebuah perantara dalam menyampaikan sebuah informasi dari komunikator kepada komunikan yang bertujuan agar efisiensi dalam menjabarkan informasi atau pesan.

Sosial media (Media Sosial) sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi web 2,0 dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content* (Kaplan & Haenlein 2010:53). Menurut Paramita (2011:42) media sosial adalah media yang didesain untuk memudahkan interaksi sosial yang bersifat interaktif atau dua arah.

Motivasi adalah serangkaian sikap dan nilai-nilai yang mempengaruhi individu untuk mencapai hal yang spesifik sesuai tujuan individu. Sikap dan nilai tersebut merupakan suatu invisible yang memberikan kekuatan untuk mendorong individu dalam mencapai tujuan. Selain itu motivasi dapat diartikan sebagai dorongan individu untuk melakukan tindakan karena mereka ingin melakukannya.

Apabila individu termotivasi, mereka akan membuat pilihan yang positif untuk melakukan karena dapat memuaskan keinginan mereka.

Dinas pariwisata merupakan salah satu lembaga pemerintah yang bertugas untuk mempromosikan dan menjaga wisata di kota Majene. Dalam hal mempromosikan pariwisata di kota Majene dinas pariwisata kota Majene sangat perlu menggunakan media sosial dalam mempromosikan wisata kepada khalayak luas. Melalui akun-akun media sosial, disajikan foto dan video yang memperlihatkan segala tempat wisata yang ada dan menjadi destinasi andalan Sulawesi Barat terutama kota Majene. Wisata pantai merupakan destinasi andalan kota Majene.

Namun pada tanggal 2 maret 2020, Pemerintah Indonesia menyatakan bahwa terdapat dua warga negara Indonesia (WNI) yang telah terkonfirmasi positif Covid-19. Kasus Covid-19 pertama kali di Indonesia ditemukan di Kota Depok, Jawa Barat dan kedua WNI tersebut merupakan seorang ibu yang berusia 64 tahun dan anak perempuan yang berusia 31 tahun. Kasus pertama yaitu perempuan yang berusia 31 tahun tersebut terkena covid-19 yang berasal dari interaksi dengan warga negara jepang yang berada di Jakarta. Sedangkan, kasus kedua yaitu seorang ibu yang telah melakukan kontak dengan anak perempuannya tersebut.

Pandemi Covid-19 berdampak pada perlambatan bahkan penurunan pertumbuhan ekonomi di beberapa negara pada triwulan kedua 2020. Namun, China yang mengalami Covid-19 di awal tahun mampu mencatatkan pertumbuhan ekonomi positif pada triwulan kedua tahun 2020. Selanjutnya, pembatasan kegiatan ekonomi berdampak pada penurunan pertumbuhan ekonomi yang lebih dalam pada tahun 2020. Pertumbuhan ekonomi tahun 2020 lebih rendah dari perkiraan sebelumnya (Sigala, 2020). Penyebaran virus Corona kebanyak negara di dunia juga berdampak pada perekonomian indonesia, baik dari sisi perdagangan, investasi maupun pariwisata (Hanoatubun, 2020). Tugas besar yang diemban pemerintah Indonesia terkait pandemi COVID -19 pada saat ini adalah pertama, menjaga keselamatan dan kesehatan masyarakat Indonesia sebagai fokus utama dan kedua, menjaga laj pertumbuhan ekonomi (Pakpahan, 2020).

Berdasarkan data statistik jumlah wisatawan yang berkunjung ke pantai dato Majene bahwa jumlah kunjungan ke pantai dato Majene mengalami penurunan angka dari tahun 2019 ke tahun 2020. Hal ini disebabkan oleh pandemi Covid-19 yang berlangsung pada awal tahun 2020. Peneliti berharap dengan menggunakan media sosial dan motivasi dapat meningkatkan minat pengunjung ke pantai dato Majene. Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang ***“Peran Media Sosial dan Motivasi Pasca Covid-19 Terhadap Minat Pengunjung Pada Pantai Dato Kabupaten Majene.”***

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan diatas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

- 1) Apakah media sosial berpengaruh terhadap minat pengunjung pada pantai dato kabupaten majene?
- 2) Apakah motivasi berpengaruh terhadap minat pengunjung pada pantai dato kabupaten majene?
- 3) Apakah media sosial dan motivasi berpengaruh secara bersama (simultan) terhadap minat pengunjung pantai dato kabupaten Majene?

2. Metode

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung, yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka (Sugiyono, 2011:15).

Dalam penelitian ini penulis menggunakan dari dua sumber data yaitu data primer dan data sekunder, Data primer menurut Sugiyono (2016:402), sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan pengumpulan data kepada pengumpul data. Adapun sumber data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner dan observasi. Sedangkan data sekunder Menurut Sugiyono (2016:402), sumber data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung yang datang ke pantai dato kabupaten Majene yang berjumlah 50-100 pengunjung.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2008:62). Sampel dalam penelitian ini yaitu *accidental sampling*. Menurut Sugiyono (2013:124), *accidental sampling* atau *sampling accidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental kebetulan ditemukan itu cocok sebagai sumber data. Untuk memperoleh data, instrumen yang digunakan adalah kuesioner yang disebarluaskan kepada wisatawan yang kebetulan ditemui dipantai datu kabupaten Majene selama waktu penelitian yang telah ditentukan. Berdasarkan penjelasan di atas maka peneliti menetapkan yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung yang datang ke pantai datu kabupaten Majene sebanyak 50 orang responden.

Uji Normalitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah sampel yang diambil berasal dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak. Jika data penelitian berdistribusi normal maka pengujian dapat menggunakan teknik analisis parametrik, namun jika data tidak normal maka menggunakan teknik statistik non parametrik. Pada penelitian ini untuk menguji normal tidaknya sampel yang dihitung dengan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnow* dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05 data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih dari 0,05 atau 5%.

Uji Multikolinieritas adalah kondisi terdapatnya hubungan linier atau korelasi yang tinggi antar masing-masing variabel bebas dalam model regresi linier berganda. Multikolinieritas biasanya terjadi ketika sebagian besar variabel yang digunakan saling terkait dalam suatu model regresi. Untuk mendeteksi multikolinieritas dapat dilihat dengan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai $VIF \leq 5$ maka tidak terjadi multikolinieritas.

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas dengan membandingkan antara nilai *t*-tabel dengan *t*-hitung, yaitu:

- a. Jika nilai $t\text{-tabel} \leq t\text{-hitung} \leq t\text{-tabel}$, berarti tidak terdapat heteroskedastisitas.
- b. Jika nilai $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ atau $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$, berarti terdapat heteroskedastisitas.

Uji validitas digunakan untuk mengukur validitas suatu kuesioner. Suatu kuesioner dianggap valid jika pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner tersebut cenderung mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Validitas suatu butir pertanyaan dapat dilihat hasil outputnya melalui Statistical program for Social Science (SPSS). Menilai kevalidan masing-masing butir pertanyaan dapat dilihat dari nilai *Corrected Item Total Correlation* dari masing-masing pertanyaan. Suatu butir pertanyaan dikatakan valid jika nilai *r*-hitung yang merupakan nilai dari *Corrected Item Total Correlation* $>$ *r*-tabel pada nilai signifikan 5% (Imam Ghazali: 2013).

Uji Reliabilitasnya data yang diperoleh melalui kuesioner hasilnya konsisten dari suatu instrumen yang mengukur suatu konsep. Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur kuesioner sebagai indeks variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau dapat dipercaya jika jawabannya tanggapan seseorang terhadap sebuah pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengambilan kesimpulan uji reliabilitas menggunakan SPSS untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* dari masing-masing instrumen dalam suatu variabel Reliabilitas suatu variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* $>$ 0,60. (Nunnally salam Imam Ghazali, 2013).

Menurut Ghazali (2018:72) Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui sejauh mana besarnya pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Metode ini menghubungkan satu variabel dependen dengan banyak variabel independen. Adapun model persamaannya sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 x_2 + e$$

Keterangan :

- Y : Kinerja
a : Bilangan Konstanta
 b_1, b_2 : Koefisien Regresi
 x_1 : Tipe Kepribadian
 x_2 : Sikap
e : Error Term

Uji Simultan (Uji F) Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel tipe kepribadian dan sikap secara simultan dapat berpengaruh terhadap variabel kinerja pegawai. Untuk menemukan apakah adanya simultan menggunakan statistik F (Uji F) dan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel dengan ketentuan sebagai berikut.

1. Dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel.
Apabila $F_{tabel} > F_{hitung}$, maka H_0 di terima dan H_1 di tolak.
Apabila $F_{tabel} < F_{hitung}$, maka H_0 di tolak dan H_1 diterima.
2. Dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi
Apabila probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka H_0 di terima dan H_1 di tolak.
Apabila probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka H_0 di tolak dan H_1 di terima.

Uji Parsial (Uji t) di lakukan untuk mengetahui pengaruh variabel tipe kepribadian dan sikap secara parsial terhadap variabel Kinerja. Uji t di lakukan dengan membandingkan t hitung terhadap t tabel dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Dengan membandingkan nilai t hitungnya dengan t tabel.
Apabila $t_{tabel} > t_{hitung}$, maka H_0 di terima dan H_1 di tolak. Apabila $t_{tabel} < t_{hitung}$, maka H_0 ditolak dan H_1 di terima.
2. Dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi
Apabila angka probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka H_0 di terima dan H_1 di tolak.
Apabila angka probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka H_0 di tolak dan H_1 di terima.

Uji Determinan Menurut Ghazali (2018:97) “ koefisien determinan (R^2) adalah pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dependen. Nilai koefisien dterminansi adalah antara nol 1 dan (satu). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang di butuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

3. Hasil dan Pembahasan

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk menguji konsistensi dalam mengukur suatu konstruk yang sama jika digunakan dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha (a)*. Jika nilai koefisien alpha besar dari 0,60 maka disimpulkan bahwa instrumen penelitian tersebut handal atau reliabel.

Tabel 4.11

Hasil Perhitungan Uji Coba Reliabilitas Instrumen

Variabel	Cronbach's Alpha	Minimal Cronbach Alpha yang disyaratkan	Status
Media Sosial	0,642	0,60	Reliabel
Motivasi	0,605	0,60	Reliabel
Minat Pengunjung	0,786	0,60	Reliabel

Sumber: Data di Olah 2023

Dari uji coba yang dilakukan dapat diketahui bahwa *Cronbach's Alpha* setiap variabel lebih dari standar minimal *Cronbach Alpha* yang disyaratkan yaitu 0,60 maka variabel media sosial, motivasi dan minat pengunjung dalam proses pengolahan data.

1. Nilai atau konstanta sebesar -5,741 menunjukkan bahwa jika X_1 (Media Sosial) dan X_2 (Motivasi) nilainya nol maka besarnya Minat Pengunjung adalah -5,741.
2. X_1 (Media Sosial) menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,675. Hal ini berarti bahwa jika terjadi kenaikan pada variabel media sosial sebesar 1% maka minat pengunjung juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,675.
3. X_2 (Motivasi) menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,445. Hal ini berarti bahwa jika terjadi kenaikan pada variabel motivasi sebesar 1% maka juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,445.

Berdasarkan hasil pengujian secara static dapat dilihat dari masing-masing variabel berikut:

Peran Media Sosial Terhadap Minat Pengunjung Pada Pantai Dato Kabupaten Majene

Berdasarkan analisis data hasil uji t diatas diperoleh nilai t hitung variabel media sosial sebesar 4,268 dengan signifikansi 0,00. Hasil ini menunjukkan bahwa t hitung lebih besar dari t tabel dengan nilai t tabel sebesar 2,01172, yang diperoleh hasil t hitung ($4,268 > 2,01172$). Sedangkan nilai signifikan diperoleh ($0,00 < 0,05$), ini menunjukkan tingkat signifikansi lebih kecil dari pada tingkat kesalahan. Maka hipotesis terbukti dan dapat diterima, media sosial berpengaruh signifikan terhadap minat pengunjung pada pantai dato kabupaten Majene. Hal ini disebabkan karna peran media sosial yang memberikan informasi dan memperkenalkan objek wisata pantai dato melalui postingan berupa foto atau video yang menarik dengan suasana pantai yang indah tentang pantai dato di media sosial sehingga masyarakat ingin berkunjung ke pantai dato tersebut.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Keller media sosial adalah sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, video dan audio dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya (Kotler, Keller 2012:568).

Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Nur Ayu Sa'ada (2019) " Peran Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Pariwisata di Kota Medan, yang menyatakan bahwa media sosial berpengaruh secara signifikan terhadap promosi pariwisata di kota Medan.

Peran Motivasi Terhadap Minat Pengunjung Pada Pantai Dato Kabupaten Majene.

Berdasarkan analisis data hasil uji t diatas diperoleh nilai t hitung variabel motivasi sebesar 3,006 dengan signifikansi 0,04. Hasil ini menunjukkan bahwa t hitung lebih besar dari t tabel dengan nilai t tabel sebesar 2,01172, yang diperoleh hasil t hitung ($3,006 > 2,01172$). Sedangkan nilai signifikan diperoleh ($0,04 < 0,05$), ini menunjukkan tingkat signifikansi lebih kecil dari pada tingkat kesalahan. Maka hipotesis terbukti dan dapat diterima, motivasi berpengaruh signifikan terhadap minat pengunjung pada pantai dato kabupaten Majene. Hal ini disebabkan karna bahwa motivasi utama para pengunjung datang kepantai dato karna sebagai hiburan diwaktu libur dan ingin berendam di air laut serta menikmati pasir putih dengan panorama yang bagus di pantai dato .

Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh Tengku Putri Lindung Bulan, Erni Junaida, dan M. Herdit Maitama (2021) " Daya Tarik Wisata, Motivasi dan Keputusan Berkunjung di Objek Wisata Pantai Berawe, yang menyatakan bahwa daya tarik wisata dan motivasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung.

Peran Media Sosial Dan Motivasi Pasca Covid-19 Terhadap Minat Pengunjung Pantai Dato Kabupaten Majene.

Berdasarkan uji f dan uji simultan analisis data yang diketahui media sosial dan motivasi terhadap minat pengunjung pada pantai dato kabupaten Majene secara simultan dengan hasil nilai f hitung 19,469 jadi nilai f hitung $> f$ tabel atau $19,469 > 3,19$ dengan signifikansi $0,00 < 0,05$. Maka hipotesis terbukti yang berarti media sosial dan motivasi berpengaruh signifikan terhadap minat pengunjung baik secara parsial maupun simultan. Artinya postingan media sosial yang menarik dan motivasi akan mendorong minat pengunjung pada pantai dato Kabupaten Majene.

Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Reyhan Putra Suryanto (2021) " pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan pada Obyek Wisata Dengan Variabel Citra Destinasi Sebagai Mediasi, yang menyatakan bahwa media sosial berpengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti pada Pantai Dato Kabupaten Majene mengenai peran media sosial dan motivasi pasca covid-19 terhadap minat pengunjung pada pantai dato kabupaten Majene maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Media sosial berpengaruh signifikan terhadap minat pengunjung pada pantai dato kabupaten Majene. Artinya media sosial memberikan informasi dan memperkenalkan objek wisata pantai dato melalui postingan berupa foto atau video yang menarik dengan suasana yang indah tentang pantai dato di media sosial sehingga masyarakat ingin berkunjung ke pantai dato tersebut.
2. Motivasi berpengaruh signifikan terhadap minat pengunjung pada pantai dato kabupaten Majene. Artinya bahwa motivasi utama para pengunjung datang ke pantai dato karena sebagai hiburan di waktu libur dan ingin berendam di air laut serta menikmati pasir putih dengan panorama yang bagus di pantai dato.
3. Media sosial dan Motivasi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap minat pengunjung pada pantai dato kabupaten Majene. Artinya media sosial dan motivasi mendorong masyarakat untuk berkunjung ke pantai dato Majene.

Tanda Terima Kasih

Penyusunan artikel ini penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini perkenankanlah penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr.Ir.H.Aksan Djalaluddin selaku Rektor Universitas Sulawesi Barat yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan Studi Stara Satu (S1) di kampus Universitas Sulawesi Barat.
2. Ibu Dr. Dra. Enny Radjab, M.AB. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sulawesi Barat yang telah memberikan izin penelitian kepada penulis.
3. Bapak Erwin, S.E., M.M. selaku Ketua Prodi Fakultas Ekonomi Universitas Sulawesi Barat.
4. Ibu Dr. Nursyam Anwar S.E. M.Si. selaku Dosen Pembimbing I dan bapak Erwin, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
5. Nur Qamariah S.Pd., M.Pd selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan pengarahan yang terbatas waktu dari awal hingga sampai saat ini.
6. Seluruh dosen dan asistennya, staf pegawai di lingkup Fakultas Ekonomi dan Universitas Sulawesi Barat.
7. Ayah, Ibu, kakak dan Adik tercinta beserta keluarga yang telah memberikan bantuan dan dukungan, baik secara moral maupun materi.
8. Orang terkasih dan tersayang, sahabat-sahabat dan teman-teman seperjuangan yang setia memberi semangat dan motivasi selama ini.
9. Seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Reference

- Amrita, Handayani, & Erynayati. (2018). Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Pariwisata Bali. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium*, 1.
- Amartin, L. A. (2018). *Pengaruh Akun Instagram @exploreBanten Terhadap Minat Berkunjung (Traveling) Ke Tempat Wisata Banten (Survey Pada Followers @Explorebanten)*. (Doctoral dissertation, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa), 26.
- Aziz, A.(2021). Strategi Pemasaran Pariwisata Masa Pandemi di Kota Makassar, 19.
- Bulan, T. J. (2021). Daya Tarik Wisata, Motivasi dan Keputusan Berkunjung Di Objek Wisata Pantai Berawe. *Jurnal Akuntansi Audit Dan Perpajakan Indonesia (JAAPI)*. 2(1), 115-123.

- Dwiyono, P. (2018). *Representasi Maskulinitas Dalam Media Sosial (Analisis Semiotika Pada Akun Instagram @Dailymanly)*(Doctoral dissertation, University Of Muhammadiyah Malang). 7-13.
- Girsang, D. & Nova Lusnia Sipayung (2021). Peran Instagram Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Objek Wisata Bukit Indah Simarjarunjung Kabupaten Simalungun (Paska Pandemi Covid-19). *Jurnal Darma Agung*, 29(3), 419,423.
- Hasmira. (2021). *Pengaruh Tipe Kepribadian dan Sikap Terhadap Kinerja Pegawai (Pada Kantor Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Majene)*. 39-52.
- Mulyani, E. R. (2021). *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada PT.Bima Sakti Mutiara*.(Doctoral dissertation Universitas_ Muhammadiyah, 8.
- Nugraha, A. & Adialita, T. (2021). Pengaruh Sosial Media Marketing Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Kota Bandung Melalui Nilai Ynag Dipersiapkan. *Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Manajemen*. 2(3),196-197.
- Ollong, N. (2021). *Pemanfaatan Media Sosial Dalam Mempromosikan Benteng Amsterdam Negeri Hila Kecamatan Leihitu (Doctoral dissertation, IAIN Ambon)*, 10-13.
- Sa'ada, N. (2019). *Peran Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Pariwisata Di Kota Medan*. (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara). 1-4.
- Stanley Lemeshow, David. W. Hosmer J,Janeile Klar & Stephen K. Lwanga (1997). *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan*, Gajah Mada Uiversity Press, Yogyakarta. 2.
- Tambunan,D. L. (2016). Pengaruh Social Media Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Nusantara Ke DKI Jakarta. *Skripsi: Sekolah Tinggi Pariwisata*, 2-3.
- Zulkarnain.(2018). Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Kota Takengon (Studi pada Pengunjung Wisata Bur Telege). 1.

