

**PENGARUH PUBLIKASI VIDEO TERHADAP MINAT PUBLIK DALAM
MENGIKUTI KEGIATAN SRIWIJAYA RANAU GRAN FONDO DI DANAU
RANAU**

***THE EFFECT OF VIDEO PUBLICATION ON PUBLIC INTEREST IN FOLLOWING
SRIWIJAYA RANAU GRAN FONDO ACTIVITIES IN LAKE RANAU***

Muhammad Ridho

Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

Jl. Prof. K. H. Zainal Abidin Fikri No.KM. 3, RW.5, Pahlawan, Kec. Kemuning, Kota Palembang,
Sumatera Selatan, Indonesia

ridhosikumbang84@gmail.com

ABSTRACT

The development of information technology is very rapid following the times where currently Digital Media is very important for disseminating information. The use of this fast-paced information technology is also used by Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan as an opportunity for a method of disseminating information in the form of activities carried out at Lake Ranau, so that researchers are interested in conducting research with the title "The Effect of Video Publication on Public Interest in Following Sriwijaya Ranau Gran Fondo Activities in Lake Ranau" by looking at the large number of social media users, especially Instagram, the researchers chose Instagram Followers @sriwijayaranaugranfondo, the general public, and participants in the Sriwijaya Ranau Gran Fondo activities as research objects. The theory used is S-O-R theory namely Stimulant (Message), Organism (Communication), Response (Effect) and the issue raised is is there any influence of video publication on public interest in participating in Sriwijaya Ranau Gran Fondo activities?. This study aims to determine whether there is an effect of video publication on public interest in participating in Sriwijaya Ranau Gran Fondo activities. This research uses quantitative methods. The data sources used were obtained through questionnaires, observations and interviews. As well as using descriptive analysis techniques, inferential analysis techniques and simple linear tests, the result is that the effect of video publication is 25.8% on public interest in participating in Sriwijaya Ranau Gran Fondo activities at Lake Ranau and the influence is positive

Keywords: *Publication, Video, Social Media, Instagram, Public Interest*

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi sangatlah pesat mengikuti perkembangan zaman dimana saat ini Media Digital sangatlah penting untuk menyebarkan informasi. Pemanfaatan teknologi informasi yang serba cepat ini pun digunakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan sebagai peluang untuk metode menyebarkan informasi berupa kegiatan yang dilaksanakan di Danau Ranau, sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Publikasi Video terhadap Minat Publik dalam Mengikuti Kegiatan Sriwijaya Ranau Gran Fondo di Danau Ranau" dengan melihat banyaknya pengguna media sosial terkhususnya *Instagram* maka peneliti memilih Followers *Instagram* @sriwijayaranaugranfondo, Masyarakat Umum, dan Peserta Kegiatan Sriwijaya Ranau Gran Fondo sebagai Objek Penelitian. Teori yang digunakan adalah teori S-O-R yaitu Stimulan (Pesan), Organism (Komunikas), Respons (Efek) dan masalah yang diangkat yaitu adakah pengaruh publikasi video terhadap minat publik dalam mengikuti kegiatan Sriwijaya Ranau Gran Fondo?. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adakah pengaruh publikasi video terhadap minat publik dalam mengikuti kegiatan Sriwijaya Ranau Gran Fondo. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Adapun sumber data yang digunakan didapatkan melalui kuisioner, observasi dan wawancara. Serta menggunakan Teknik analisis deskriptif, teknik analisis inferensial dan uji linier sederhana maka diperoleh hasilnya bahwa pengaruh publikasi video sebesar 25,8% terhadap minat public dalam mengikuti kegiatan Sriwijaya Ranau Gran Fondo di Danau Ranau dan pengaruhnya bersifat positif

Kata Kunci: Publikasi, Video, Media Sosial, Instagram, Minat Publik

1. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sebuah sektor yang telah mempengaruhi peran penting dalam pembangunan perekonomian bangsa-bangsa di dunia. Kemajuan dan kesejahteraan yang semakin tinggi telah menjadikan pariwisata sebagai bagian pokok dan kebutuhan atau gaya hidup manusia, dan menggerakkan manusia untuk mengenal alam dan budaya di Kawasan negaralain, sehingga secara tidak langsung pergarakan manusia akan berpengaruh terhadap mata rantai ekonomi dan saling berkesinambungan menjadi industri jasa yang memberikan kontribusi bagi perekonomian dunia, perekonomian bangsa-bangsa, sehingga peningkatan kesejahteraan ekonomi di tingkat masyarakat lokal. Dunia pariwisata selalu mengalami penngkatan dan memunculkan suatu yang baru dalam perkembangannya. (Prihartono, 2017:3)

Salah satu industri Pariwisata yang meningkat terutama di Sumatera Selatan adalah Wisata Danau Ranau. Danau Ranau merupakan suatu destinasiwisata yang berada di Kabupaten Oku Selatan. Danau ini terbentuk akibat letusan gunung seminung yang ada didaerah Kabupaten Oku Selatan. Danau ini ialah danau terbesar kedua di pulau Sumatera. Kelestarian alam dan kebudayaan sangat dijaga keasriaannya oleh masyarakat sekitar danau ranausehingga menarik para wisatawan untuk berkunjung kedaerah ini. Dalam melestarikan objek wisata Danau Ranau Pemerintahan Kabupaten Oku Selatan melakukan tradisi Festival Danau Ranau atau Pagelaran Seni setiap tahunnya yang sering dilaksanakan setiap pertengahan atau akhir tahun untuk menjaga kelestarian kebudayaan dan adat istiadat masyarakat.

Melalui tradisi ini selain menambah minat wisatawan untuk berkunjung juga sebagaikegiatan untuk menggali potensi daerah wisata. Data Pengunjung Objek Wisata Danau Ranau ini didapatkan dari UPT Pariwisata Kecamatan BandingAgung. (Putriani, 2021:4)

Berikut ini adalah data pengunjung objek wisata Danau Ranau empat tahun terakhir antara lain.

Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung Danau Ranau

No	Tahun	Pengunjung
1	2018	26.288 Pengunjung
2	2019	37.963 Pengunjung
3	2020	16.253 Pengunjung
4	2021	18.321 Pengunjung
Jumlah		98.825 Pengunjung

Sumber : UPTD Pengelolaan Objek Wisata Danau Ranau 2021

Objek wisata Danau Ranau, pada tahun 2018 hingga 2021 pengunjungnya berjumlah 98.825 orang. Data ini menjelaskan bahwa objekwisata Danau Ranau setiap tahunnya mengalami ketidak stabilan jumlah pengunjung. Pada tahun 2018 pengunjung objek wisata Danau Ranau hanya sedikit, hal ini disebabkan karena akses menuju objek wisata Danau Ranau masih jelek, dan belum dikenal oleh wisatawan, (Putriani, 2021:4)

Pada tahun 2019 pengunjung mulai berdatangan, dalam peningkatan ini dikarenakan para pengunjung mulai mengenal dan nyaman berada di objek wisata Danau Ranau, selain itu disebabkan oleh adanya event tahunan,kegiatan-kegiatan yang bersifat mempromosikan objek wisata yang diadakan oleh pihak Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Sumatera Selatan dengan adanya event dan kegiatan-kegiatan ini telah mendongkrak pengunjung objek wisata Danau Ranau.

Pada tahun 2020 dan 2021 terjadinya penurunan pengunjung objek wisata Danau Ranau yang diakibatkan oleh adanya wabah virus Covid19 yang menutup akses wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata Danau Ranau, meskipun beberapa bulan sempat adanya penutupan total karena masyarakat sekitaran objek wisata Danau Ranau terkena Covid namun tidak menutup kemungkinan adanya wisatawan yang masih nekat berkunjung ke objek wisata ini.

Berdasarkan data yang diperoleh dari UPTD Pengelola objek wisata Danau Ranau, maka diketahui bahwa data pengunjung mengalami ketidak stabilan disetiap tahunnya. Walaupun mengalami

ketidak stabilan data pengunjung disetiap tahunnya, maka dari pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan dan UPTD Pengelola objek wisata Danau Ranau tidak putus asa untuk mempertahankan perkembangan objek wisata Danau Ranau di Kabupaten Oku Selatan.(Putriani, 2021:4)

Objek wisata ini, daya tariknya adalah pemandangan alam dan suasananya. Pemandangan alam dan suasana tersebut membuat para pengunjung nyaman aman dan betah untuk berkunjung di objek wisata Danau Ranau. Objek wisata daerah, tidak dapat diketahui keberadaannya oleh masyarakat luar apabila tidak diadakan suatu komunikasi pemasaran pariwisata oleh pihak pengelola ataupun dinas terkait. Strategi komunikasi pemasaran sangat dibutuhkan untuk menarik pengunjung di objek wisata, karena strategi komunikasi pemasaran bisa mempertahankan dan meningkatkan pengunjung.(Prasetya, 2017:61)

Danau Ranau memiliki peran penting bagi masyarakat daerah Ranau, selain sebagai kawasan wisata Danau Ranau juga sebagai salah satu pendapatan bagi masyarakat asli daerah Ranau yang memiliki autentik sendiri(Azarkasyi, 2020). Peranan pariwisata Danau Ranau mampu menstabilkan perekonomian daerah. Wisata Danau Ranau memiliki potensi wisata yang dapat menarik para wisatawan, namun pemasaran yang diterapkan belum memberikan hasil yang maksimal, masih banyak wisatawan yang belum mengetahui keberadaan dari wisata Danau Ranau ini. Salah satu kegiatan yang dilakukan dalam menarik para wisatawan yaitu dengan diadakannya event Sriwijaya Ranau Gran Fondo. (Prasetya, 2017:61)

Sriwijaya Ranau Gran Fondo merupakan suatu event tahunan yang telah berjalan di Kawasan Danau Ranau yang memadukan prestasi dan rekreasi menjadi kegiatan pariwisata Sumatra Selatan (Sumsel) yang telah berjalan dua tahun terakhir. Sriwijaya Ranau Gran Fondo merupakan event bersepeda yang melintasi kawasan Danau Ranau di Kabupaten OKU Selatan. Sriwijaya Ranau Gran Fondo ini diikuti oleh ribuan pesepeda dari seluruh Indonesia maupun mancanegara. Dan terdapat tiga jenis kategori yang akan dilombakan yaitu seperti kategori road bike yang akan menempuh lintasan sejauh 132 kilometer, kategori mountain bike dengan lintasan 68 kilometer, dan kategori sepeda mini dengan jarak tempuh 34 kilometer.(Tiarhendi, 2021)

Sejak pertama kali digelar Pada Tahun 2019 Sriwijaya Ranau Gran Fondo banyak antusias dari masyarakat maupun peserta yang terus mengalami peningkatan yang cukup signifikan yang awalnya hanya 500 peserta dan kini meningkat hingga mencapai kurang lebih 3.000 pesepeda dari berbagai daerah yang mengikuti event tersebut. 3.000 peserta ini berasal dari 29 provinsi yang ada di negara Indonesia untuk mengikuti balap sepeda Sriwijaya Ranau Gran Fondo termasuk juga peserta dari mancanegara yang tertarik untuk mengikuti kegiatan ini yang berasal dari Ukraina, Jerman dan Rusia.(Romi, 2022)

Pemanfaatan teknologi informasi yang serba cepat ini pun digunakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan sebagai peluang untuk metode menyebarkan informasi berupa kegiatan yang dilaksanakan di Danau Ranau. Sebelum memanfaatkan teknologi informasi yang serba cepat tersebut Dinas Kebudayaan dan Pariwisata masih menggunakan metode penyebaran yang terbilang lamban karna menggunakan penyebaran melalui papan iklan, koran, radio, dan reklame yang tidak semua masyarakat menyadari adanya event tersebut. Dalam proses komunikasi peran media sangat penting agar informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan juga memanfaatkan media untuk menyebarluaskan informasi kepada masyarakat, media yang digunakan dalam menyebarluaskan informasi adalah media video.

Video adalah media yang bisa menampilkan gambar bergerak yang bisajuga disertai dengan suara. Pengertian video adalah pengiriman sinyal secara elektronik dari sebuah gambar yang bergerak. Perangkat umum dari sinyal video adalah televisi, tetapi ia juga dapat dipakai dalam aplikasi lain dalam bidang teknik, produksi, saintifik dan bidang keamanan.(Kiswanto, 2021)

Dapat pula dijelaskan bahwa pengertian atau definisi video adalah teknologi yang mampu menangkap, merekam, memproses, mentransmisikan dan mengatur ulang gambar yang bergerak. Dimana dalam hal ini biasanya menggunakan sinyal elektronik, film seluloid, dan media digital.

Media video merupakan salah satu jenis media audio visual. Media audio visual adalah media yang mengandalkan indera pendengaran dan indera penglihatan. Media video publikasi yang digunakan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan yaitu bentuk video After Movie event

yang mana merupakan Dokumentasi jalannya kegiatan yang dilaksanakan. Salah satu platform penayangan media video dari dinas kebudayaan dan pariwisata provinsi sumatera selatan yaitu Media Sosial Instagram @sriwijaryanaugranfondo.

Video dokumentasi merupakan video yang berisi perekaman suatu peristiwa dan objek atau aktivitas yang dianggap berharga dan penting. Pemanfaatan media dokumentasi menggunakan video dokumentasi menjadi lebih dinamis dan efektif. (Robihah, 2018:12)

Video Dokumentasi seringkali digunakan perusahaan dalam pelaksanaan sebuah *event* untuk mengabadikan moment-moment yang ada baik itu melalui foto atau video dengan tujuan disebarkan kembali setelah pelaksanaan acara selesai guna memberikan informasi kepada masyarakat bahwa kegiatan telah terlaksana dengan sukses. Selain dari pada itu hasil daridokumentasi itu juga bisa menjadi laporan untuk pelaksanaan kegiatan tersebut.

Sebuah Video Dokumentasi biasanya dibutuhkan selesai dan bisa ditayangkan tidak lama setelah suatu kegiatan selesai dilaksanakan, kurang lebih seminggu setelah acara bentuk laporan dokumentasi harus sudah bisa disebarkan informasi nya kepada khalayak, oleh karena itu biasanya video dokumentasi akan dilakukan oleh orang professional dibidangnya dan akan dibuat perjanjian untuk target penyelesaian produksi dari video tersebut.

Penyebaran informasi melalu video yang disebarkan di media sosial Instagram sejak awal mula pelaksanaan *event* di tahun 2019 diharapkan menimbulkan minat dari pengguna media sosial, serta masyarakat umum yang melihat video tersebut terkhusus followers dari Instagram @sriwijaryanaugranfondo. Dampak dari penyebaran informasi melalui video tersebut dapat memberikan pengetahuan kepada masyarakat tentang *event* yang dilaksanakan tersebut sehingga timbul minat untuk mengikuti *event event* yang akan datang.

Media video saat ini memiliki peran yang begitu kuat dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat, karena itu Dinas terkait diharapkan lebih aktif lagi dalam menyampaikan informasi-informasi terutama informasi kegiatan yang sedang berlangsung. Oleh karena itu, timbul permasalahan tentang penyebaran informasi kegiatan yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan, banyak masyarakat luas yang tidak mengetahui atau kurangnya masyarakat yang mengetahui tentang pelaksanaan kegiatan nasional yang bertujuan untuk mengembangkan dan memajukan daerah Kabupaten Oku Selatan disebabkanterlambatnya informasi yang diterima masyarakat luas.

1. Teori Stimulus Organisme Respon (SOR)

Teori Stimulus Organisme Response yang sering disebut dengan teori SOR dikemukakan oleh Carl Hovland, et al, pada tahun 1953 di Amerika Serikat. Teori ini lahir karena adanya pengaruh dari ilmu Psikologi dalam ilmu komunikasi. Hal ini bisa terjadi karena psikologi dan komunikasi memiliki objek kajian yang sama, yaitu jiwa manusia, yang meliputi sikap,opini, perilaku, kognisi, afeksi, dan konasi. Asumsi dasar toeri SOR adalahbahwa penyebab terjadinya perubahan perilaku bergantung pada rangsangan (stimulus) yang berkomunikasi dengan organisme. (Kurniawan, 2018:63)

Model teori ini menunjukkan bahwa komunikasi merupakan prosesaksi-reaksi. Artinya model ini mengasumsi kata-kata verbal, isyarat non verbal, symbol-simbol tertentu akan merangsang orang lain memberikan respon dengan cara tertentu. Pola SOR ini dapat berlangsung secara positif atau negatif, misal jika orang tersenyum akan dibalas tersenyum ini merupakan reaksi positif, namun jika tersenyum dibalas dengan palangan muka maka ini merupakan reaksi negatif. (Kurniawan, 2018:63)

Model inilah yang kemudian mempengaruhi suatu teori klasik komunikasi yaitu Hypodermic needle atau teori jarum suntik. Asumsi dari teori inipun tidak jauh berbeda dengan model S-O-R, yakni bahwa media secara langsung dan cepat memiliki efek yang kuat terhadap komunikan. Artinya media diibaratkan sebagai jarum suntik besar yang memiliki kapasitas sebagai perangsang (S) dan menghasilkan tanggapan (R) yang kuat pula. (Kurniawan, 2018:64)

Menurut stimulus response ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksikhusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapandakan memperkirakan kesesuaian antara pesan dari reaksi komunikan. (Kurniawan, 2018:64)

Jadi unsur-unsur dalam model ini adalah:

a. Pesan (Stimulus, S)

Pesan (stimulus) pada penelitian ini adalah pesan yang disampaikan melalui hasil publikasi video mengenai kegiatan Sriwijaya Ranau Gran Fondo tahun sebelumnya. Setelah menerima pesan (stimulus) yang disampaikan dalam publikasi video tersebut menyampaikan atau membahas berupa informasi atau peristiwa/kegiatan yang berlangsung pada tanggal tertentu di Danau Ranau.

Maka dengan perhatian, pengertian dan penerimaan dariberlangsungnya proses komunikasi, komunikasi memberikan efek terakhir terhadap informasi yang diberikan. Berdasarkan observasi yang dilakukan menunjukkan bahwa isi pesan dalam video tersebut dapat memberikan rangsangan bagi penonton sehingga dapat memberikan inspirasi bagi masyarakat bagaimana dengan kegiatan tersebut secara keseluruhan.

b. Komunikan (Organism, O)

Komunikan pada penelitian ini yakni masyarakat pengguna media social platform Instagram terutama followers dari Instagram @sriwijayaranaugranfondo yang menonton hasil publikasi video di Platform Instagram. Berdasarkan Observasi yang telah dilakukan menunjukkan bahwa setiap komunikan dalam memberikan pendapat masing - masing berbeda tentang pengaruh publikasi dari media social tergantung dari pemaknaan mereka melihat Daya Tarik dari tema kegiatan dan hasil video tersebut

c. Efek (Response, R)

Respon penonton atau audiens yang melihat hasil publikasi video di Instagram @sriwijayaranaugranfondo akan menimbulkan reaksi tergantung dari stimulus yang mereka terima. Berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan peneliti menunjukkan bahwa isi video tersebut memberikan dampak positif bagi penonton yang menonton video tersebut dan menimbulkan minat masyarakat yang berkeinginan untuk mengikuti kegiatan tersebut di tahun yang akan datang.

Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkinditerima atau mungkin ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan. Proses berikutnya komunikan mengerti. Kemampuan komunikan inilah yang melanjutkan proses berikutnya. Setelah komunikan mengolahnya dan menerimanya, maka terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap. (Effendy, 2003)

Menurut teori SOR dari perubahan sikap adalah serupa dengan proses penerimaan yang dilakukan oleh individu. Pesan (stimulus) yang diberikan komunikator kepada komunikan (organisme) dapat diterima atau ditolak oleh komunikan tersebut. Jika komunikan menolak stimulus yang diberikan, berarti stimulus tersebut kurang efektif untuk digunakan dalam mempengaruhi perhatian individu sehingga proses pengertian ditolak. (Kurniawan, 2018:64)

Namun apabila stimulus diterima, menandakan adanya perhatian dari komunikan (organisme). Komunikan mengerti stimulus yang diberikan oleh komunikator ini, berarti stimulus tersebut efektif digunakan dengan proses pengertian berlanjut. (Kurniawan, 2018:64)

2. METODE PENELITIAN

1. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Penelitian Kuantitatif merupakan penelitian yang mengutamakan pengukuran variabel dengan menggunakan perhitungan (angka-angka) atau uji statistik. (Ardial, 2014a)

Prosedur pemecahan masalah pada penelitian ini dengan menggambarkan objek penelitian pada saat keadaan sekarang berdasarkan fakta-fakta, kemudian dianalisis dan diinterpretasikan bentuknya berupa survey dan studi perkembangan. (Siregar, 2013)

2. Data dan Sumber Data

a. Data Primer

Data primer, yaitu merupakan data utama dalam sebuah penelitian yang diperoleh langsung oleh peneliti. Data primer dalam penelitian yang akan peneliti teliti yaitu diperoleh dari responden melalui kuisisioner, responden dari penelitian ini ialah pengikut Instagram dan peserta Sriwijaya Ranau Gran Fondo.

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu merupakan data yang diperoleh tidak secara langsung dari subjek dan objek yang diteliti melainkan dari pihak lain seperti instansi-instansi, perpustakaan, buku dan lainnya. Data sekunder ini sifatnya sebagai pelengkap atau pendukung data primer. (Lutfuyah, 2018)

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi merupakan studi yang dilakukan secara terencana dan sistematis melalui pengamatan terhadap gejala dan fakta lapangan yang terjadi. (Hasanah, 2017:26)

b. Kuesioner

Kuesioner yaitu tata cara dikumpulkannya sebuah informasi yang mana dicoba dengan berbagai metode serta sesuatu fitur persoalan serta pula statement tertulis kepada responden untuk dijawab yang mana kuesioner yang dibagikan bersifat tertutup ialah tugas responden untuk memilah suatu jawaban yang sudah ditetapkan dalam suatu wujud opsi ganda menjadi metode menanggapi yang sudah ditunjukkan mungkin jawabannya telah diresmikan dalam pengukuran Instrumen riset pada kuesioner ini memakai skala likert. (Yusuf, 2017)

Skala likert yakni yang seringkali dipakai untuk mengukur komentar anggapan serta suatu perilaku seseorang mengenai sesuatu fenomena yang terdapat. Untuk menggumpulkan data tersebut digunakan angket dan responden diminta memilih jawaban yang tersedia. Soal dalam penelitian ini merupakan tes objektif menggunakan skala Likert dengan lima pilihan, yaitu: (Yusuf, 2017)

Tabel 1.2 Skala Likert

No.	SKALA LIKERT		
1	Sangat Setuju	(SS)	5
2	Setuju	(S)	4
3	Kurang Setuju	(KS)	3
4	Tidak Setuju	(TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju	(STS)	1

4. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan.

Tabel 1.3 Definisi Operasional Tabel

Variabel (X dan Y)	Dimensi	Indikator	Keterangan
--------------------	---------	-----------	------------

Publikasi Video (x)	Daya Tarik	<ul style="list-style-type: none"> - Visualisasi - Musik - Objek 	<ul style="list-style-type: none"> - Bentuk visualisasi media video yang ditampilkan menarik perhatian. - Musik yang digunakan tidak mengandung hak cipta dan menarik - Objek dalam media video Dokumentasi sesuai dengan topik kegiatan
	Isi Pesan	<ul style="list-style-type: none"> - Berita - Wawasan 	<ul style="list-style-type: none"> - Berita yang di sampaikanterkait diadakannya kegiatan - Pengetahuan terkait lokasi kegiatan
<p>Minat Publik Mengikuti Kegiatan (y)</p> <p>Menurut Sukirin (1986) menyatakan minat adalah kecenderungan dalam diri individu untuk tertarik pada suatu objek. Seseorang yang berminat besar terhadap pekerjaan tertentu maka akan senang mengerjakan pekerjaan itu</p>	Kognitif (Mengenal)	<ul style="list-style-type: none"> - Pemahaman - Opini 	<ul style="list-style-type: none"> - Pemahaman public terhadap video - Pendapat public tentangkegiatan
	Afektif (Kehendak)	<ul style="list-style-type: none"> -Tanggapan -Keinginan 	<ul style="list-style-type: none"> - Tanggapan masyarakat terhadap video - Minat untuk mengikuti Kegiatan
	Emosi (Perasaan)	<ul style="list-style-type: none"> - Penilaian - Penyebaran - Hasrat 	<ul style="list-style-type: none"> - Penilaian informasi sebagai sarana komunikasi - Penyebaran informasi memberikan tanggapan positif - Hasrat keingintahuan untuk berpartisipasi dengan perasaan tertentu

5. Variabel Penelitian

Variabel adalah konstruk yang sifat-sifatnya telah diberi angka(kuantitatif) atau juga dapat diartikan variabel merupakan konsep yang memiliki bermacam-macam nilai. (Siregar, 2013)

a. Variabel bebas (independent variabel)

Variabel bebas adalah yang menjadi sebab atau mempengaruhi variabel lain. Juga sering disebut variabel bebas, stimulus, prediktor, eksogen, atau antecedent. (Ridha, 2017:66) Dalam penelitian yang peneliti teliti yaitu, variabel bebas adalah:

X : Publikasi Video

b. Variabel Terikat (dependent variabel)

Variabel terikat adalah yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel lain (variabel bebas) Juga sering disebut variabel terikat, variabel respons atau edogen. (Ridha, 2017:66) Dalam Penelitian Pengaruh Publikasi Video terhadap Minat Publik dalam mengikuti kegiatan Sriwijaya Ranau Gran Fondo di Danau Ranau. Variabel terikat yaitu:

Y : Minat Publik Mengikuti Kegiatan

6. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi berasal dari bahasa Inggris yaitu *population* yang berarti jumlah penduduk. Dalam metode penelitian, kata populasi amat populer dipakai untuk menyebutkan serumpun/sekelompok objek yang menjadi sasaran penelitian. Dalam penelitian ini populasi akan ditentukan jumlah individunya. Populasi pada penelitian yang akan diteliti ialah *Followers* Instagram @sriwijayaranaugranfondo yang berjumlah **2.269 followers**.

2. Sampel

Dalam pengambilan sampel dari suatu populasi dapat dibedakan menjadi dua yaitu, *probability sampling* dan *non probability sampling* peneliti akan menggunakan teknik pengambilan dengan sampel *non probability sampling* yaitu *quota sampling* merupakan metode penetapan sampel dengan menentukan kuota terlebih dahulu pada masing-masing kelompok, sebelum kuota masing-masing kelompok terpenuhi maka penelitian belum dianggap selesai. (Meidiana, 2021:23) Seperti yang telah diketahui bahwa *Followers* Instagram @sriwijayaranaugranfondo itu berjumlah **2.269** peserta dan telah didapatkan bahwa sampel dari penelitian ini adalah **96** Peserta Penelitian ini menggunakan Teknik slovin untuk menentukan banyaknya sampel dari suatu populasi dengan tingkat kesalahan 10%. (Siregar, 2013)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana :

n = Sampel

N = Populasi

e = Perkiraan tingkat kesalahan (10%)

$$n = \frac{2.269}{1 + 2.269(0,1)^2} = \frac{2.269}{1 + 22,69} = \frac{2.269}{23,69} = 95,77$$

7. Uji Validitas Data

Validitas atau kesahihan adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Setelah membuat kuisiener atau instrumen penelitian. Langkah selanjutnya ialah menguji apakah kuisiener yang dibuat valid atau tidak. Ada beberapa kriteria yang dapat digunakan untuk mengetahui kuisiener yang digunakan sudah tepat untuk mengukur apa yang ingin diukur. (Wartono, 2017:46)

Rumus yang digunakan untuk uji validitas konstruk dengan teknik korelasi *product moment*, yaitu

$$r_{hitung} = \frac{n (\sum XY - (\sum X)(\sum Y))}{\sqrt{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2][n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana :

n = jumlah responden

x = skor variabel (jawaban responden)

Y = skor total dari variabel (jawaban responden) (Siregar, 2013)

(untuk menguji validitas data penelitian maka peneliti menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 23.0)

8. Teknik Analisis Data

a. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dapat digunakan untuk mengetahui apakah suatu instrument penelitian reabel atau tidak. Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliable dnegan menggunakan teknik ini, bila koefisien reliabilitas (r_{11}) > 0,6

Rumus Reliabilitas sebagai berikut. (Siregar, 2013:59)

$$r_{11} = \left[\frac{K}{K-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Dimana :

n = jumlah sampel

X_i = jawaban responden untuk setiap butir pertanyaan

$\sum X$ = total jawaban responden untuk

σ_t^2 = varians total 21

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varians butir

k = jumlah butir pertanyaan

r_{11} = koefisien reliabilitas instrument

b. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas berguna untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal Pada penelitian ini peneliti menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* yang digunakan untuk meneliti *goodness of fit* antar distribusi sampel dan distribusi lainnya. Uji ini membandingkan serangkaian data pada sampel terhadap distribusi normal serangkaian nilai dengan mean dan standar deviasi yang sama. Singkatnya uji ini dilakukan untuk mengetahui kenormalan distribusi beberapa data. Dalam uji *Kolmogoro Smirnov*, peneliti menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 23.0 untuk uji normalitas Kolmogoro smirnov. (Siregar, 2017)

c. Uji Linieritas

Uji linearitas adalah uji yang bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai persyaratan dalam analisis korelasi atau regresi linear. (Siregar, 2017)

1. Membuat Hipotesis dalam uraian kalimat
2. Membuat hipotesis dalam bentuk model statistic
 $H_0: \beta = 0$
 $H_a: \beta \neq 0$
3. Menentukan taraf signifikan α
4. Kaidah Pengujian

Jika : $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima

Jika: $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak

5. Menghitung nilai F_{hitung}
6. Menentukan nilai F_{hitung}
7. Membandingkan F_{hitung} dan F_{tabel} . Tujuan membandingkan adalah untuk mengetahui, apakah H_0 ditolak atau diterima berdasarkan kaidah pengujian.
8. Membuat keputusan apakah H_a atau H_0 yang diterima menerima atau menolak H_0
9. Peneliti menggunakan aplikasi SPSS versi 23 untuk melakukan uji linearitas dengan menggunakan *Test For Linearity* dengan pada taraf signifikan 0,05.

d. Regresi Linear Sederhana

Regresi linear sederhana merupakan hubungan antara variabel (disebut variabel tak bebas) terhadap sebuah atau beberapa variabel lainnya (disebut variabel bebas) dan hubungan seberapa besar pengaruh sebuah variabel tertentu baik secara langsung, tidak langsung maupun pengaruh spurious terhadap sebuah atau variabel lainnya. (Winarso, 2014:264)

Hubungan penyebab dan akibat merupakan hubungan terstruktur. Dalam kajian statistik, apabila berbicara tentang hubungan sebab akibat, maka kita bicara analisis jalur, yang disempurnakan lebih jauh menjadi *Linear Struktural Relations* (LISREL). Umar menyatakan jika terdapat data dari dua variabel penelitian yang sudah diketahui yang mana variabel bebas X (*independent*) dan variabel terikat Y (*dependen*), nilai-nilai Y yang lain dapat dihitung atau diprediksi berdasarkan suatu nilai X tertentu. Langkah penyelesaiannya dipaparkan Umar seperti pada uraian berikut ini. (Ardial, 2014:405)

$$Y = a + b X$$

Dimana :

Y = Variabel tidak bebas

X = Variabel bebas 23

a = Nilai *intercept* (konstan)

b = Koefisien arah regresi

Harga a dihitung dengan rumus :

$$a = \frac{\sum Y (\sum X^2) - \sum X \sum XY}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Harga b dihitung dengan rumus :

$$b = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Mengetahui Pengaruh Publikasi Video Terhadap Minat Publik dalam Mengikuti Kegiatan Sriwijaya Ranau Gran Fondo dan seberapa besar Pengaruh Publikasi Video Terhadap Minat Publik dalam Mengikuti Kegiatan Sriwijaya Ranau Gran Fondo merupakan tujuan dari penelitian ini. Untuk mengetahui tujuan dalam penelitian ini, maka diperlukan data-data yang menunjang seperti data primer. Peneliti memperoleh data primer melalui kuesioner yang berisikan pertanyaan-pertanyaan yang di jawab oleh responden. Sehingga untuk menguji validitas dari pertanyaan yang peneliti ajukan digunakan rumus

Total Item Correlations, sedangkan untuk menguji reliabilitas menggunakan koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach*.

Data yang di peroleh dari pengisian kuesioner dengan jumlah 96 responden di analisis menggunakan teknik analisis deskriptif dan teknik inferensial. Teknik analisis deskriptif digunakan untuk memaparkan data responden dalam penelitian, sedangkan teknik analisis inferensial di pakai untuk menguji hubungan yang terjadi antara variabel X dan Variabel Y dalam pertanyaan penelitian.

Analisis inferensial di uji melalui uji statistic Rank Spearman karena datamengenai variabel penelitian ini berskala ordinal. Sedangkan untuk menguji signifikannya dilakukan uji (*t*) untuk mengetahui apakah hubungan yang didapatkan dari penelitian ini signifikan atau tidak..

1. Analisis Deskriptif Data Responden

Deskriptif data responden adalah menjelaskan data karakteristik responden yang terdiri dari tiga bagian yaitu Gender, Asal Kota, dan Jenis Penonton dengan menunjukkan frekuensi.

Tabel 1.1 Frekuensi Responden berdasarkan Gender

Gender	Frekuensi
Laki-Laki	64
Perempuan	32

Sumber: Pengolahan Data menggunakan SPSS 23.0

Berdasarkan hasil tabel 1.1 gender menunjukkan jumlah responden yang terdiri dari responden laki-laki berjumlah 64 orang dan responden Perempuan berjumlah 32 orang.

Tabel 1.2 Frekuensi Responden berdasarkan Asal Kota

Asal Kota	Jumlah
Palembang	18
Oku Selatan	9
Muara Enim	10
Muara Dua	3
Danau Ranau	21
Ogan Ilir	4
Baturaja	21
Lampung	7
Lahat	1
OKI	1

Sumber: Pengolahan Data menggunakan SPSS 23.0

Dari hasil tabel 1.2 menunjukkan data responden berdasarkan asal kota yaitu Palembang berjumlah 18 orang, Oku Selatan berjumlah 9 orang, Muara Enim berjumlah 10 orang, Muara Dua berjumlah 3 orang, Danau Ranau berjumlah 21 orang, Ogan Ilir berjumlah 4 orang, Batu Raja berjumlah 21 orang, Lampung berjumlah 7 orang, Lahat berjumlah 1 orang dan OKI berjumlah 1 orang.

Tabel 1.3 Frekuensi Responden berdasarkan Kategori Pengikut

Kategori Pengikut	Jumlah
-------------------	--------

Peserta	59
Masyarakat Umum	37

Sumber: Pengolahan Data menggunakan SPSS 23.0

Dari hasil tabel 4.5 menunjukkan kategori pengikut Instagram @sriwijayaranaugranfondo yaitu peserta yang mengikuti kegiatan berjumlah 59 responden dan tidak mengikuti kegiatan atau masyarakat umum berjumlah 37 responden.

2. Analisis Statistik Inferensial

Setelah dilakukan analisis deskriptif, maka untuk mengetahui adanya korelasi antara variabel penelitian diperlukan uji analisis statistik inferensial untuk menguji hipotesis, pada penelitian: PENGARUH PUBLIKASI VIDEO TERHADAP MINAT PUBLIK DALAM MENGIKUTI KEGIATAN SRIWIJAYA RANAU GRAN FONDO DI DANAU RANAU.

Data dan informasi telah didapatkan selama proses penelitian melalui pengumpulan data, pengolahan awal, pengujian hipotesis dan penarikan kesimpulan. Pada penelitian ini, pengujian menggunakan korelasi *Rank Spearman* dengan alasan jenis korelasi inilah yang tepat dengan data berskala ukur ordinal. Tingkat signifikan yang dipilih pada hipotesis penelitian adalah $\alpha = 0,05$

Berikut Kriteria Pengujian :

- Jika $t_{hitung} > t_{\alpha/2, n-2}$ atau nilai signifikan (Sig) $< \alpha$ maka H_0 ditolak, H_1 diterima berarti terdapat hubungan antara variabel yang diteliti.
- Jika $t_{hitung} < t_{\alpha/2, n-2}$ atau nilai signifikan (Sig) $> \alpha$ maka H_0 diterima, berarti tidak ada hubungan antara variabel yang diteliti.

Perhitungan uji statistik ini dilakukan menggunakan *software SPSS Statistic 23.0*. Syarat yang ditentukan untuk keeratan tingkat hubungan antara variabel adalah jika nilai korelasi *Rank Spearman* menunjukkan nilai hubungan yang signifikan dengan melalui uji signifikansi (t). Atas dasar pemikiran ini dapat dilakukan interpolasi (pendekatan) nilai r_s menjadi sebanding dengan nilai r . Selanjutnya dari nilai interpolasi r yang diperoleh dapat dilakukan dengan penentuan keeratan tingkat hubungan yang ditunjukkan oleh korelasi r_s dengan berdasarkan Guilford's Empirical Rule, yang merupakan ukuran penentuan keeratan hubungan untuk korelasi (r).

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas merupakan uji yang dilakukan dengan cara menilai data pada variabel, mencari hasil apakah berdistribusi normal atau tidak. Selain itu pada data yang telah dikumpulkan dan berdistribusi normal yang akan diambil dari populasi normal. Berdasarkan data skor yang diperoleh dari 96 responden dengan menggunakan *software SPSS 23.0* dengan hasil yang didapatkan menunjukkan koefisien normalitas dari instrument penelitian.

Penelitian ini menggunakan metode *Kolmogorov-smirnov* dengan tabel uji normalitas. Signifikansi metode *Kolmogorov-smirnov* menggunakan tabel perbandingan *Kolmogorov-smirnov*.

Dasar Pengambilan Keputusan

Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka nilai residual berdistribusi normal

Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka nilai residual tidak berdistribusi normal

Adapun hasilnya sebagai berikut :

Tabel 2.1 Hasil Uji Normalitas Data

$\alpha (0,05)$

$$0,200 > 0,05$$

Sumber: Pengolahan Data menggunakan SPSS 23.0

b. Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini untuk menguji hipotesis, peneliti menggunakan uji t dan uji f untuk melihat ada atau tidaknya pengaruh dari kedua variabel yang berpasangan yaitu antar variabel (X) dan variabel (Y)

Tabel 2.2 Hasil Uji Hipotesis

$$\alpha (0,05)$$

$$0,000 > 0,05$$

Sumber: Pengolahan Data menggunakan SPSS 23.0

1. Menentukan tabel pada taraf signifikan 5%

a. Jika angka signifikan $< 0,05$ maka H_0 di tolak dan H_a diterima

b. Jika angka signifikan penelitian $> 0,05$ maka H_0 di terima dan H_a di tolak

Berdasarkan hasil tabel 4.32, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya ada hubungan yang linear (searahantara variabel X dan variabel Y).

2. Pengujian hipotesis uji t dengan ketentuan sebagai berikut: Hipotesis diterima

apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$

H_a : Terdapat pengaruh antara Publikasi Video Terhadap Minat Publik dalam mengikuti Kegiatan Sriwijaya Ranau Gran Fondo

Hipotesis ditolak apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$

H_0 : Tidak ada pengaruh antara Publikasi Video Terhadap Minat Publik dalam mengikuti Kegiatan Sriwijaya Ranau Gran Fondo

Pengujian hipotesis dapat juga dilakukan dengan r

$$t = \frac{r \sqrt{n - 2}}{\sqrt{1 - r^2}}$$
$$t = \frac{0,515 \sqrt{96 - 2}}{\sqrt{1 - (0,515)^2}}$$
$$= 5,832 \text{ thitung}$$

Selanjutnya mencari t tabel dengan taraf 0,05. DK (Derajat Kebebasan) = $n - 2 = 96 - 2 = 94$

Pada tabel distribusi nilai t tabel dengan derajat kebebasan pada taraf signifikansi 0,05 yaitu sebesar 1,661. Untuk pengujian hipotesis tahap selanjutnya adalah membandingkan t tabel dengan t hitung.

Berdasarkan perhitungan diatas diperoleh t hitung sebesar 5,832 sedangkan nilai t tabel adalah 1,661, jadi dapat disimpulkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $5,832 > 1,661$, penjabaran tersebut menyatakan bahwa **H_0 ditolak dan H_a diterima**. Artinya terdapat hubungan atau terdapat pengaruh antara Iklan Publikasi Video Terhadap Minat Publik dalam mengikuti Kegiatan Sriwijaya Ranau Gran Fondo

3. Pengujian hipotesis f dengan ketentuan sebagai berikut :

Untuk derajat kesalahan 0,05 dan derajat keabsahan atau DK pembilang = 1 dan DK penyebut = $n - 2$ ($96 - 2 = 94$), maka diperoleh f tabel sebesar 3,94 (nilai sig. f tabel).

Berdasarkan uji ANOVA atau yang tertera pada tabel 4.32 didapat f hitung sebesar 33,476. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa $f_{hitung} (33,476) > f_{tabel} (3,94)$, maka dinyatakan bahwa **H_a diterima** dan **H_0 ditolak** atau dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh Publikasi Video Terhadap Minat Publik dalam mengikuti Kegiatan Sriwijaya Ranau Gran Fondo Berdasarkan nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat disimpulkan artinya Variabel (X) Publikasi Video terdapat pengaruh terhadap Variabel (Y) Minat Publik dalam mengikuti Kegiatan Sriwijaya Ranau Gran Fondo.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Publikasi Video Terhadap Minat Publik dalam Mengikuti Kegiatan Sriwijaya Ranau Gran Fondo di Danau Ranau yang telah di kaji menggunakan Teori Stimulus-Organisme-Respon (S-O-R), maka peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut:

Terdapat pengaruh antara variabel publikasi video terhadap minat public dalam mengikuti kegiatan sriwijaya ranau gran fondo, ditandai oleh banyaknya orang yang melihat dan menyukai hasil dari publikasi video oleh dinas kebudayaan dan pariwisata provinsi sumatera selatan, dibuktikan dengan kuisioner yang disebar oleh peneliti dan mendapatkan jawaban yang diolah kembali oleh peneliti menggunakan aplikasi spss sehingga mendapatkan frekuensi yang menunjukkan hasil positif dari publikasi video tersebut. kemudian respon dari penonton dilihat dari bertambahnya minat public dalam mengunjungi danau ranau dibuktikan dengan bertambahnya pengunjung setiap tahunnya baik ketika ada kegiatan maupun tidak ada kegiatan, sesuai dengan dipublikasikannya video tersebut yaitu untuk mempromosikan pariwisata danau ranau. terlebih lagi saat pelaksanaan sriwijaya ranau gran fondo semakin meningkat dari mulai peserta yang mengikuti maupun masyarakat umum yang datang untuk menonton kegiatan tersebut. Oleh karena itu bisa disebutkan bahwa publikasi video berpengaruh dalam minat public dalam mengikuti kegiatan sriwijaya ranau gran fondo di danau ranau.

Melihat seberapa besar pengaruh publikasi video terhadap minat publik dalam mengikuti kegiatan telah dilakukan analisis penelitian melalui ringkasan model dalam analisis linier sederhana, maka koefisien determinasi (R^2) sebesar **0,258** yang mengandung pengertian bahwa variabel bebas (Publikasi Video) terhadap variabel terikat (Minat Publik dalam Mengikuti Kegiatan Sriwijaya Ranau Gran Fondo) adalah sebesar **25,8%**. Hasil analisis linier sederhana, di peroleh $Y = 24,616 + 0,273X$. Berdasarkan hasil uji linier sederhana $coefficients$ menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi Publikasi Video sebesar **0,273** yang bernilai positif. Maka dapat disimpulkan bahwa Pengaruh Publikasi Video Terhadap Minat Publik dalam Mengikuti Kegiatan Sriwijaya Ranau Gran Fondo bernilai positif.

Kemudian pada pengujian hasil hipotesis tahap selanjutnya adalah membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} berdasarkan dari perhitungan diatas diperoleh t_{hitung} sebesar 5,832 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,661 dengan demikian bahwa nilai $t_{hitung} 5,832 > t_{tabel} 1,661$. Maka jumlah t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} . Dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya terdapat Pengaruh Publikasi Video Terhadap Minat Publik dalam Mengikuti Kegiatan Sriwijaya Ranau Gran Fondo.

Dari penelitian yang telah dilakukan, peneliti menyimpulkan bahwa kegiatan sriwijaya ranau gran fondo sangat penting dilaksanakan untuk mengundang wisatawan, terlebih lagi dengan adanya publikasi video yang dilakukan. Hasil penelitian yang dilakukan peneliti bahwa sangat berpengaruh terhadap minat public untuk mengunjungi danau ranau. Tetapi, jika tidak adanya kegiatan tersebut, pengunjung akan tetap ramai dikarenakan banyak kegiatan lainnya yang dilaksanakan di Danau Ranau, dan harus dilakukan promosi wisata oleh pemerintah maupun pihak pengelola berupa bentuk publikasi video karena terlihat sangat berpengaruhnya publikasi video untuk mempromosikan pariwisata melalui media sosial.

Ucapan Terimakasih

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri yang telah berhasil melalui proses ini hingga sampai pada titik ini. Kemudian, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada ayah (Maydison) yang sangat saya banggakan dan kepada ibu (Nofriyanti) yang sangat saya cintai dan selalu memberikan dukungan dan doa, terimakasih juga kepada dosen pembimbing yang selalu membantu, serta penulis ucapkan terima kasih kepada para informan yang bersedia menjadi bagian dalam penulisan penelitian ini serta para dosen-dosen yang telah membagi ilmunya kepada penulis selama proses belajar di kelas.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU :

- Amstrong, P. K. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga. Effendy, O. U. (2003). *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti
- Hadinoto, S. R. (1998). *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka
- Setia.Jahja, Y. (2011). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Kencana.
- Khairani, M. (2014). *Psikologi Belajar*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Wahab, A. R. (2004). *Psikologi Suatu Pengantar Dalam*. Jakarta: Penerbit Kencana
- Nurudin. (2011). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana
- Sarwono, J (2017). *Mengenal Prosedur-Prosedur Populer dalam SPSS 23*. Jakarta: Elex Media Komputindo

SKRIPSI :

- Putra, M. (2018). Efektivitas Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran. *Skripsi Thesis Universitas Sanata Dharma Yogyakarta*
- Alivah, W. (2022) Pengaruh Penggunaan Media Youtube terhadap Minat Belajar Siswa Pada Masa Pandemi di Sekolah Dasar Kecamatan Cibeunying Kaler. *Skripsi Universitas Pasundan*
- Andi, S. (2020) Perancangan Aplikasi Sasaran Kinerja Pegawai (Skp) Berbasis Web Di Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan Menggunakan Metode Prototype. *Skripsi Universitas Bina Darma*

JURNAL :

- Azarkasyi, B. (2020). Brand Image Produk Orisinal Menjadi Otentik Dalam Membangun Komunikasi Trend Bisnis. *Jurnal Komunikasi Dan Budaya*, 1(1), 8–17.
- Robihah, H. (2018). Pembuatan Video Dokumentasi HUT Bank XYZ ke 63 sebagai Karya yang dilombakan dalam Rangka Perayaan HUT RI ke 71. 2. *Jurnal Program Studi Teknik Multimedia dan Jaringan, Politeknik Negeri Jakarta*
- Wahyuni, H. I. (2013). Kebijakan Media Baru Di Indonesia. 1. *Jurnal Yogyakarta Gadjah Mada University Press*
- Wijaya, H. (2018). Analisis Data Kualitatif Ilmu Pendidikan Teologi. 53. *Jurnal Sekolah Tinggi Theologia Jaffray Makassar*
- Prihartono A. (2017). Orientasi Pariwisata dan Local Wisdom di Prov. Banten dalam Kerangka Otonomi Daerah. *Jurnal Fakultas Hukum Universitas Sultan Agung Tirtayasa*
- Lestari P. (2021). Pengembangan Objek Wisata Alam Danau Ranau di Perbatasan Kabupaten Lampung dan Ogan Komering Ulu. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Kewirausahaan Indonesia*
- Harsismanto J. (2019). Pengaruh Pendidikan Kesehatan Media Video Dan Poster Terhadap Pengetahuan Dan Sikap Anak Dalam Pencegahan Penyakit Diare. *Jurnal Kesmas Asclepius Universitas Muhammadiyah Bengkulu*
- Iqbal M. (2018). Pemilih Pemula Terhadap Iklan Politik Calon Gubernur Dan Calon Wakil Gubernur Irwandi – Nova. *Jurnal Kesmas Asclepius Universitas Muhammadiyah Bengkulu*
- Bestari D. (2014). Hubungan Terpaan Iklan Televisi Pizza Hut Dengan Motivasi Konsumen Surabaya Membeli Produk Pizza Hut. *Jurnal Commonline Departemen Komunikasi*.

Journal Of Social And Political Science

Volume 1, Tahun 2024

<https://rumah-jurnal.com/index.php/jsaps/index>

- Siswanti E. (2019). Hubungan Frekuensi Menonton Tayangan Budaya Korea (K-Pop) Dan Pengimitasian Sikap Pada Pelajar Di Smp Eka Sakti Banyumanik Semarang Tahun 2019. *Jurnal Egaliter*
- Rohana S. (2020). Analisis Perbandingan Degree Of Financial Leverage Antara Bank Cimb Niaga Dan Bank Danamon. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan Dewantara*
- Hasanah H. (2017). Teknik-Teknik Observasi. *Jurnal Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Semarang*
- Ridha N. (2017). Proses Penelitian, Masalah, Variabel Dan Paradigma Penelitian. *Jurnal Hikmah*
- Maidiana. (2021). Penelitian Survey. *Journal Of Education*
- Wartono T. (2017). Pengaruh Stres Kerja Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Pada Karyawan Majalah Mother And Baby). *Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*
- Winarso W. (2014). Pengaruh Biaya Operasional Terhadap Profitabilitas (Roa) Pt Industri Telekomunikasi Indonesia (Persero). *Jurnal Ecodemica*
- Yudianto A. (2017). Penerapan Video Sebagai Media Pembelajaran. *Jurnal Seminar*
- Kurniawan D. (2018). Komunikasi Model Laswell Dan Stimulus-Organism-Response Dalam Mewujudkan Pembelajaran Menyenangkan. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*
- Marlindawati. (2021). Sistem Informasi Pegawai Berbasis Web Pada Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan. *Jurnal Seminar Hasil Penelitian Vokasi*
- Firdaus R. (2021). Perancangan Jaringan Frame Relay Point To Multipoint Pada Kantor Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Sumatera Selatan. *Jurnal Seminar Hasil Penelitian Vokasi*