



PENGARUH KONTEN VIDEO ATAP NEGERI GUNUNG RINJANI PADA CHANNEL YOUTUBE FIERSA BESARI TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN KE TAMAN NASIONAL GUNUNG RINJANI LOMBOK NUSA TENGGARA BARAT

Muhammad Alansyah¹, RD. Hera Merdeka K.K², Asfitri Hayati³, Rella Dwi Respati⁴

Prodi Pariwisata, Fakultas Pariwisata dan Industri Kreatif, Universitas Muhammadiyah Tangerang
alanmuhammad25@gmail.com¹, heramerdeka@gmail.com², asfitrih@gmail.com³,
rellaadri@gmail.com⁴

Abstract. Indonesia is a country with natural beauty and very diverse cultural diversity. This research uses quantitative methods. Quantitative research can be understood as a method used to carry out statistical analysis, with the aim of testing predetermined hypotheses. The object of this research is Fiersa Besari's Youtube Viewers channel. The independent variable is the video content "Roof of Mount Rinjani Country" on the Fiersa Besari Youtube channel (X), while the dependent variable is the interest in visiting tourists (Y). Based on testing the validity of the rcount value is greater than rtable 0.197 and all statements are declared valid. In testing the reliability of the X variable, namely $0.897 > 0.60$ and the Y variable, namely $0.897 > 0.60$, based on these results, the X variable and Y variable were declared reliable. In testing the correlation coefficient, the significant value is $0.001 < 0.05$, which means that the X and Y variables have an interrelated correlation. Based on the test results of the coefficient of determination, variable X has an effect on variable Y by 67.10%. and testing the results of the hypothesis test (T test) that the significant value for the (partial) influence of X on Y is $0.01 < 0.05$ and the t-count value is $14.139 > t\text{-table } 1.9844$ so that it can be concluded that H1 is accepted, which means that there is an influence on the video content "Atap Negeri Gunung Rinjani" on Fiersa Besari's (X) youtube channel on Interest in Visiting Tourists (Y).

Keywords: Fiersa Besari; Tourism; Tourist; Tourist Interest

Abstrak. Indonesia menjadi negara dengan keindahan alam dan keanekaragaman budaya yang sangat beragam. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif dapat dipahami sebagai metode yang digunakan untuk melakukan analisis statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan. Objek pada penelitian ini adalah Viewers channel Youtube Fiersa Besari. Variabel bebas adalah konten video "Atap Negeri Gunung Rinjani" pada channel Youtube Fiersa Besari (X), sedangkan variabel terikat adalah minat berkunjung wisatawan (Y). Berdasarkan pengujian validitas nilai r hitung lebih besar dari r tabel 0.197 dan seluruh pernyataan dinyatakan valid. Pada pengujian reliabilitas variabel X yaitu yaitu $0.897 > 0.60$ dan variabel Y yaitu $0.897 > 0.60$ berdasarkan hasil tersebut variabel X dan variabel Y dinyatakan reliable. Pada pengujian koefisien korelasi nilai signifikan $0.001 < 0.05$ yang berarti variabel X dan variabel Y memiliki korelasi yang saling berhubungan. Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi variabel X berpengaruh terhadap variabel Y sebesar 67.10%. dan pengujian hasil uji hipotesis (uji T) bahwa nilai signifikan untuk pengaruh (parsial) X terhadap Y adalah sebesar $0.01 < 0.05$ dan nilai t hitung $14.139 > t\text{ tabel } 1.9844$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh konten video "Atap Negeri Gunung Rinjani" pada channel youtube Fiersa Besari (X) terhadap Minat Berkunjung Wisatawan (Y).

Kata kunci: Fiersa Besari; Minat Berkunjung Wisatawan; Pariwisata; Wisatawan

Pendahuluan

Indonesia menjadi negara yang memiliki keindahan destinasi wisata alam dan keanekaragaman budaya leluhur yang sangat beragam. Keberagaman destinasi wisata serta budaya tersebut membuat sektor industri pariwisata menjadi unggulan untuk Indonesia. Selain berperan dalam pengembangan ekonomi, pariwisata juga memiliki dampak langsung terhadap masyarakat seperti dampak sosial, budaya, politik, dan lain sebagainya. Sebagai sistem yang kompleks, pariwisata memiliki berbagai indikator yang saling terikat dan saling berpengaruh.

Sektor pariwisata pada era digital sangat bergantung terhadap layanan internet atau teknologi informasi dan komunikasi didalam perkembangannya. Hal tersebut dikarenakan internet sudah menjadi salah satu bagian yang diperlukan oleh wisatawan dalam infrastruktur pariwisata. Banyak wisatawan yang menggunakan fasilitas internet untuk mencari keperluan yang mereka butuhkan selama berwisata serta internet digunakan untuk mencari suatu ide dan informasi tentang rencana wisata yang akan dilakukan seperti, melalui media sosial

Diperkuat oleh kemajuan zaman yang mana semakin maju dan teknologi yang kian canggih, inovasi yang menarik dan kreatif tercipta dengan memanfaatkan media sosial berbasis web seperti Youtube. Youtube menjadi sosial media yang membuat pengguna untuk mengupload video audio-visual atau kreatif. Setiap pengguna bebas berekspresi sesuai keinginan mereka dan setiap orang memiliki kebebasan untuk menonton semua konten di Youtube.

Semakin berkembangnya Youtube di kalangan masyarakat Indonesia, membuat banyak sekali karakter pengguna dari media sosial Youtube ini. Salah satu manfaat Youtube yaitu dapat digunakan sebagai sarana menyalurkan kesenangan dengan membuat suatu video yang dimana isi dari video tersebut membahas atau menggugah hal-hal yang berhubungan dengan suatu perjalanan wisata atau yang biasa disebut Travel Vlog (video perjalanan).

Travel Vlog (video perjalanan) merupakan kegiatan dimana orang yang membuat sebuah video mengenai dokumentasi suatu perjalanan wisata. Biasanya video tersebut diupload di media sosial berupa Youtube dengan tujuan edukasi kepada penonton supaya yang melihat video dokumentasi perjalanan tersebut mengetahui lebih jauh tentang destinasi wisata tersebut. Maka dari itu dengan adanya informasi mengenai video dokumentasi perjalanan wisata melalui akun Youtube sebagai referensi destinasi wisata pendakian di channel Youtube salah satunya adalah Fiersa Besari.

Fiersa Besari yang kerap disapa “Bung”, lahir di Bandung 3 Maret 1984. Mengawali karier sebagai musikus dengan memiliki banyak lagu yang dikenal oleh pengemarnya dengan salah satu

judul hits yaitu: Pelukmu untuk Pelikku, Nadir, dan April. Dimana akhirnya jatuh cinta pada dunia menulis. Tercatat Fiersa Besari telah membuat 6 (enam) judul buku yaitu : Garis Waktu, Catatan Juang, Konspirasi Alam Semesta, Arah Langkah, 11:11, dan Tapak Jejak. Selain suka menulis, Fiersa Besari juga ikut aktif dalam kegiatan di alam terbuka. Menjelajah menyusuri keindahan Indonesia menikmati indahnya gunung dan birunya air laut dan melihat realitas yang dimiliki Indonesia ini membuat Fiersa Besari gemar memasukkan pesan kemanusiaan dan sosial dalam karya-karya yang bertema kasih dan kehidupan.

Minat merupakan sebuah perasaan senang atau tertarik terhadap sesuatu atau kegiatan tanpa tekanan. Pada dasarnya, kepedulian adalah persepsi bahwa ada hubungan antara diri sendiri dan orang asing. Semakin dekat atau dekat hubungannya, semakin besar minatnya. (Slamet, 2003:180).

Keinginan berupa minat dan motivasi timbul dikarenakan adanya rasa ingin tahu terhadap sesuatu yang menarik perhatian penonton, sehingga muncul rasa ingin mencoba dan merasakan secara langsung hal tersebut. Dengan penonton mendapat informasi mengenai video Atap Negeri episode Gunung Rinjani pada channel Youtube Fiersa Besari sehingga menimbulkan rasa senang, dan akhirnya menimbulkan suatu tindakan ingin melakukan hal tersebut serta datang langsung ke destinasi wisata di dalam video tersebut.

Berdasarkan beberapa uraian di atas, maka Penulis tertarik ingin melakukan penelitian mengenai “pengaruh konten video (atap negeri gunung rinjani) pada channel youtube fiersa besari terhadap minat berkunjung wisatawan ke taman nasional gunung rinjani lombok nusa tenggara barat”.

Metode Pariwisata

Pariwisata adalah suatu kegiatan dimana orang-orang untuk sementara diundang untuk berkunjung ke luar tempat tinggal dan pekerjaannya, serta dilaksanakan di tempat-tempat dengan fasilitas yang sesuai dengan kebutuhannya. (Mathieson & Wall dalam Pitana, 2005:40).

Pengertian Destinasi Wisata

Definisi destinasi wisata menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 yaitu suatu area geografis yang terletak di satu ataupun lebih daerah administrasi yang memiliki atraksi wisata, fasilitas untuk umum, fasilitas pariwisata, kemudahan akses, dan kelompok yang saling terhubung dan melengkapi untuk mendukung pariwisata.

Pengertian Wisatawan

Wisatawan merupakan seseorang yang untuk sementara waktu pergi ke suatu tempat selain tempat tinggalnya, terutama untuk tujuan pariwisata, rekreasi atau hiburan. (Oka, Y., & Sudrajat, 2010:30).

Pengertian Minat Wisatawan

Minat wisatawan disebabkan oleh tiga faktor penting, ialah motivasi, persepsi, dan preferensi. Motivasi mencakup alasan mengapa seseorang melakukan perjalanan, seperti keinginan untuk bersantai, menjelajahi budaya baru, atau mencari petualangan. Persepsi berkaitan dengan bagaimana seseorang memandang tujuan wisata tertentu, apakah menarik atau tidak menarik. Preferensi berhubungan dengan pilihan yang dibuat oleh wisatawan berdasarkan minat pribadi mereka. (Crouch, 2000:103).

Pengertian Youtube

YouTube adalah situs web berbagi video populer yang didirikan pada Februari 2005. Pendiri Youtube adalah Steve Chen, Chad Hurley, dan Jawed Karim. Menurut firma riset Internet Hitwise, pangsa pasar YouTube adalah 43 persen pada Mei 2006. Pengguna dapat mengunduh, menonton, dan berbagi video secara gratis. Hal ini membuat media YouTube menjadi sangat populer karena mudah mendapatkan informasi.

Pengertian Travel Vlog

Travel Vlog adalah dimana para vlogger mendokumentasikan perjalanannya saat melakukan perjalanan, Travel Vlog biasanya dapat diisi dengan sebuah informasi seperti harga penginapan, sewa kendaraan, atau tempat wisata indah untuk dikunjungi. Kreator dapat membagikan keindahan tempat-tempat tersebut melalui vlog.

Pengertian Konten

Konten adalah segala bentuk materi yang di dalamnya memiliki suatu nilai informasi, edukasi, atau hiburan yang disajikan dalam berbagai media seperti tulisan, gambar, suara, atau video. (Purwanggono, 2020:12).

Results dan Diskusi

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini peneliti juga memilih teknik *simple random sampling*. dengan objek penelitian adalah konten video Fiersa Besari. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Populasi dalam penelitian adalah jumlah viewers konten video (Atap Negeri Gunung Rinjani) episode satu. Sementara hasil sampel yang didapatkan dengan rumus slovin adalah 100 responden.

Hasil dan Pembahasan

Uji Validitas

Uji validitas ini untuk memudahkan dalam menentukan apakah pernyataan itu valid atau tidak maka diukur melalui nilai r_{tabel} . Adapun nilai r_{tabel} untuk 100 responden adalah 0.197. hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Kode	R_{hitung}	R_{tabel}	Ket
X.1	0.691	0.197	Valid
X.2	0.710	0.197	Valid
X.3	0.581	0.197	Valid
X.4	0.718	0.197	Valid
X.5	0.693	0.197	Valid
X.6	0.702	0.197	Valid
X.7	0.712	0.197	Valid
X.8	0.753	0.197	Valid
X.9	0.841	0.197	Valid
X.10	0.416	0.197	Valid
X.11	0.652	0.197	Valid
X.12	0.741	0.197	Valid
Y.1	0.691	0.197	Valid
Y.2	0.710	0.197	Valid
Y.3	0.581	0.197	Valid
Y.4	0.718	0.197	Valid
Y.5	0.693	0.197	Valid
Y.6	0.702	0.197	Valid
Y.7	0.712	0.197	Valid
Y.8	0.753	0.197	Valid
Y.9	0.841	0.197	Valid
Y.10	0.416	0.197	Valid
Y.11	0.652	0.197	Valid
Y.12	0.741	0.197	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer (2023)

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas diukur dengan menggunakan nilai dari signifikansi *Cronbach's Alpha* > 0.60. pada hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

Nama	<i>Cronbach's Alpha</i>	Ket
Konten Video "Atap Negeri"	0.897	Reliabel
Minat Wisatawan	0.897	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer (2023)

Uji Normalitas

Uji normalitas diukur dengan menggunakan nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* > 0.05. pada hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Normal Test Summary

Total N		100
Most Extreme Differences	Absolute	.096
	Positive	.047
	Negative	-.096
Test Statistic		.096
Asymptotic Sig.(2-sided test) ^a		.023

a. Lilliefors Corrected

Uji Nromalitas menggunakan metode One Kolmogrov-Smirnov disajikan pada tabel diatas nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* adalah 0,023 > 0,05, artinya data berdistribusi normal.

Uji Autokorelasi

Tabel 4 Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.819 ^a	.671	.668	3.291	1.740

a. Predictors: (Constant), Konten Video "Atap Negeri"

b. Dependent Variable: Minat Berkunjung Wisatawan

Berdasarkan pengujian autokorelasi yang disajikan pada tabel diatas, pada tabel Durbin-Watson dengan N = 100 responden adalah dU 1.6944 dan dL 1.6540 menggunakan K1, dengan K dari jumlah variabel X. Jadi $dU < DW < (4-dU)$ yaitu $1.694 < 1.740 < 2.306$, maka data penelitian dinyatakan tidak terjadi autokorelasi (diterima).

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.990E-15	2.545		.000	1.000
	Konten Video "Atap Negeri"	.000	.052	.000	.000	1.000

a. Dependent Variable: abs_res

Berdasarkan pengujian heteroskedastisitas yang disajikan pada tabel diatas, nilai Sig. adalah $1.00 > 0.05$, sesuai dengan ketentuan Breusch-Pagan maka data penelitian dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Tabel 6 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.712	2.545		5.781	<.001
	Konten Video "Atap Negeri"	.731	.052	.819	14.139	<.001

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung Wisatawan

Berdasarkan pengujian analisis regresi linier sederhana yang disajikan pada tabel diatas, maka dapat disajikan persamaan regresi yaitu sebagai berikut:

$$Y = 14.712 + 0.731X$$

Nilai Constant berarti nilai variabel Y Minat Berkunjung Wisatawan 15.443 tanpa adanya pengaruh variabel X. Tapi jika ada peningkatan satu nilai dari variabel X konten video (Atap Negeri Gunung Rinjani) maka Minat Wisatawan akan meningkat sebesar 0.731.

Analisi Koefisien Korelasi

Tabel 7 Hasil Analisis Koefisien Korelasi

Correlations			
		Konten Video "Atap Negeri"	Minat Berkunjung Wisatawan
Konten Video "Atap Negeri"	Pearson Correlation	1	.819**
	Sig. (2-tailed)		<.001
	N	100	100
Minat Berkunjung Wisatawan	Pearson Correlation	.819**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	
	N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan pengujian analisis koefisien korelasi yang disajikan pada tabel diatas menunjukkan bahwa antara Konten video (Atap Negeri Gunung Rinjani) dengan Minat Berkunjung Wisatawan terdapat koefisien korelasi (r) sebesar 0.819. Hal tersebut berarti ada

korelasi positif antara konten video (Atap Negeri Gunung Rinjani) dengan Minat Berkunjung Wisatawan dengan tingkat hubungan korelasi sempurna.

Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 8 Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.819 ^a	.671	.668	3.291

a. Predictors: (Constant), Konten Video "Atap Negeri"

b. Dependent Variable: Minat Berkunjung Wisatawan

Dari hasil tabel diatas didapatkan hasil yaitu 67.10%. Hal tersebut menjelaskan bahwa variabel X yaitu konten video (Atap Negeri Gunung Rinjani) berpengaruh terhadap variabel Y yaitu Minat Berkunjung Wisatawan. Sedangkan sisanya sebesar 32.90% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak dilakukan dalam penelitian.

Uji Hipotesis (Uji T)

Tabel 9 Hasil Uji Hipotesis (Uji T)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.712	2.545		5.781	<.001
	Konten Video "Atap Negeri"	.731	.052	.819	14.139	<.001

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung Wisatawan

Nilai signifikansi Uji T $0.001 < 0.05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Disimpulkan terdapat pengaruh antara konten video (Atap Negeri) terhadap Minat Berkunjung Wisatawan.

Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh konten video (Atap Negeri Gunung Rinjani) terhadap Minat Berkunjung Wisatawan untuk mengunjungi destinasi wisata Taman Nasional Gunung Rinjani, maka peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut: bahwa konten video (Atap Negeri Gunung Rinjani) pada channel Youtube Fiersa Besari memiliki pengaruh besar untuk suatu destinasi wisata khususnya Taman Nasional Gunung Rinjani dan berdasarkan hasil pengujian Terdapat pengaruh antara variabel (X) konten video (Atap Negeri Gunung Rinjani) terhadap variabel (Y) Minat Berkunjung Wisatawan.

Acknowledgements

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan karunianya berupa ilmu pengetahuan, kesehatan, dan petunjuk, sehingga jurnal dengan judul "Pengaruh

Konten Video (Atap Negeri Gunung Rinjani) pada channel Youtube Fiersa Besari Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan ke Taman Nasional Gunung Rinjani Lombok Nusa Tenggara Barat” dapat diselesaikan tepat waktu.

Saya ingin mengucapkan terimakasih kepada ibu saya tercinta Ida Susmawati dan bapak saya yang saya sayangi Ahmad Sahlani karena berkat doa dan dukungannya saya dapat menyelesaikan perkuliahan hingga selesai.

Untuk Ibu RD. Hera Merdeka Khazinatul Khaeriah., S.Par., MM selaku Dosen Pembimbing 1 (Satu) Terima kasih atas kesediannya membantu Penulis dalam menyusun Skripsi ini. Dan untuk Ibu Asfitri Hayati, M.Pd selaku Dosen Pembimbing 2 (Dua) Terima kasih atas kesediannya membantu penulis dalam menyusun Skripsi ini.

Terimakasih teramat banyak saya ucapkan kepada semua pihak yang telah membantu dan menyemagati saya sehingga laporan jurnal ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiargo, D. (2015). *Berkomunikasi ala Net Generation*. Jakarta: Kompas Gramedia.
- Crouch, G. (2000). *The Study of Tourism : Anthropological and Sociological Beginnings*. Bristol: Channel View Publications.
- Gede, A. A. (2018). *Ilmu Pariwisata : Dasar-Dasar Pengelolaan Pariwisata*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*.
- Hidayah, N. (2019). *Pemasaran Destinasi Pariwisata*. ALFABETA.
- Irawan, B., & Hurriyati, R. (2018). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Mathieson, & Wall. (2005). Dalam Pitana. *Sosiologi Pariwisata*, 40.
- Neliwati. (2018). *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF. Kajian Teori dan Praktek*, 57.
- Oka, Y., & Sudrajat. (2010). *Dasar-Dasar Pariwisata*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Prasiasa. (2013). *Destinasi Pariwisata*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Purwanggono, B. (2020). *Strategi Pemasaran Konten*. Deepublish.
- Slameto. (2013). *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Soufia, A. L., & Zuchdi. (2004). *Jurnal Penelitian dan Evaluasi*. Yogyakarta: UNY.
- Sugiama. (2021). Dalam Djeharung. *Manajemen Aset Pariwisata*, 11.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Suwantoro. (2017). Dalam Nurfadhilah. *Dasar-Dasar Pariwisata*, 15-16.
- Utama, I. G. (2016). *Pengantar Industri Pariwisata*. Yogyakarta: Deepublish.
- Wahab, S. (2018). Dalam Devi Munisari. *Manajemen Kepariwisataaan*, 10.

Witt, S., Clarke, M., & Ruhanen, L. (2016). *Tourism : A Contemporary Approach*. Inggris: Pearson Education Limited.

Yahya, A. (2016). Dalam Bachtiar. *Pembangunan Pariwisata dan Infrastruktur*, 12.