

BAB III

INTENSITAS MENGAKSES INFORMASI, KUALITAS INFORMASI PARIWISATA AKUN INSTAGRAM @DISPARBUDWONOSOBO, DAN MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN KE WONOSOBO

Dalam bab ini akan dijelaskan hasil survei responden terkait dengan intensitas mengakses informasi, kualitas informasi pariwisata akun Instagram @disparbudwonosobo, dan minat berkunjung wisatawan ke Kabupaten Wonosobo. Responden dalam penelitian ini adalah pengikut (*followers*) akun @disparbudwonosobo berusia 18-34 tahun, menggunakan Instagram, dan belum pernah melakukan perjalanan wisata ke Wonosobo. Jumlah total responden yang mengisi kuesioner berjumlah 102 akan tetapi hanya 100 responden yang sesuai dengan kriteria dan kebutuhan penelitian. Sebelum menjelaskan hasil kuesioner, terlebih dahulu peneliti melaksanakan uji validitas dan uji reliabilitas sebagai bentuk uji kualitas data.

3.1. Uji Kualitas Data

3.1.1. Uji Validitas

Dalam menaksir validasi data penelitian yang telah terkumpul peneliti melaksanakan uji validitas. Uji ini bertujuan agar peneliti memperoleh informasi terkait level kesesuaian antara hasil yang telah dihimpun dengan realitas yang terdapat di dunia nyata. Peneliti menggunakan *software* SPSS dengan teknik *bivariate pearson*. Teknik ini bekerja dengan menghubungkan masing-masing skor dengan akumulasi skor. Apabila hasil uji 2 sisi lebih kecil dari 0,05, instrumen pertanyaan yang telah disebar memiliki korelasi yang sifatnya signifikan terhadap skor akumulasi (instrumen dinilai valid). Tabel di bawah ini merupakan hasil uji validitas masing-masing variabel

3.1.1.1. Uji Validitas Intensitas Mengakses Informasi (X1)

Tabel 3.1. Uji Validitas Instrumen Penelitian X1

		Correlations				
		x1a	x1b	x1c	x1d	total
x1a	Pearson Correlation	1	.642**	.601**	.592**	.777**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
x1b	Pearson Correlation	.642**	1	.707**	.632**	.744**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
x1c	Pearson Correlation	.601**	.707**	1	.769**	.683**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
x1d	Pearson Correlation	.592**	.632**	.769**	1	.725**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
total	Pearson Correlation	.777**	.744**	.683**	.725**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

Berdasarkan hasil uji SPSS, seluruh item pertanyaan untuk variabel intensitas mengakses informasi pariwisata akun Instagram @disparbudwonosobo dianggap valid.

3.1.1.2. Uji Validitas Kualitas Informasi Pariwisata (X2)

Tabel 3.2. Uji Validitas Instrumen Penelitian X2

Correlations

		x2a	x2b	x2c	x2d	x2e	x2f	x2g	x2h	total
x2a	Pearson Correlation	1	.610**	.600**	.578**	.428**	.433**	.593**	.518**	.680**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x2b	Pearson Correlation	.610**	1	.705**	.534**	.377**	.369**	.617**	.351**	.713**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x2c	Pearson Correlation	.600**	.705**	1	.460**	.328**	.298**	.568**	.384**	.679**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.001	.003	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

x2d	Pearson Correlation	.578**	.534**	.460**	1	.605**	.540**	.575**	.499**	.735**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x2e	Pearson Correlation	.428**	.377**	.328**	.605**	1	.522**	.462**	.525**	.664**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x2f	Pearson Correlation	.433**	.369**	.298**	.540**	.522**	1	.496**	.541**	.601**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.003	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x2g	Pearson Correlation	.593**	.617**	.568**	.575**	.462**	.496**	1	.523**	.711**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x2h	Pearson Correlation	.518**	.351**	.384**	.499**	.525**	.541**	.523**	1	.648**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
total	Pearson Correlation	.680**	.713**	.679**	.735**	.664**	.601**	.711**	.648**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

Berdasarkan tabel 3.2. seluruh item kuesioner pada variabel kualitas informasi pariwisata akun Instagram @disparbudwonosobo dinyatakan valid.

3.1.1.3. Uji Validitas Minat Berkunjung Wisatawan (Y)

Tabel 3.3. Uji Validitas Instrumen Penelitian Y

Correlations										
	y3a	y3b	y3c	y3d	y3e	y3f	y3g	y3h	y3i	total
y3a Pearson Correlation	1	.304**	.219*	.233*	.350**	.412**	.444**	.393**	.457**	.614**
Sig. (2-tailed)		.002	.028	.019	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
y3b Pearson Correlation	.304**	1	.411**	.189	.317**	.354**	.189	.202*	.346**	.465**

	Sig. (2-tailed)	.002		.000	.059	.001	.000	.059	.044	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
y3c	Pearson Correlation	.219*	.411**	1	.279**	.006	.197	.074	.016	.193	.246*
	Sig. (2-tailed)	.028	.000		.005	.953	.050	.465	.876	.054	.014
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
y3d	Pearson Correlation	.233*	.189	.279**	1	.336**	.538**	.264**	.203*	.211*	.394**
	Sig. (2-tailed)	.019	.059	.005		.001	.000	.008	.042	.035	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
y3e	Pearson Correlation	.350**	.317**	.006	.336**	1	.532**	.618**	.549**	.372**	.616**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.953	.001		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
y3f	Pearson Correlation	.412**	.354**	.197	.538**	.532**	1	.511**	.609**	.514**	.677**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.050	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
y3g	Pearson Correlation	.444**	.189	.074	.264**	.618**	.511**	1	.643**	.500**	.752**
	Sig. (2-tailed)	.000	.059	.465	.008	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
y3h	Pearson Correlation	.393**	.202*	.016	.203*	.549**	.609**	.643**	1	.568**	.728**
	Sig. (2-tailed)	.000	.044	.876	.042	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
y3i	Pearson Correlation	.457**	.346**	.193	.211*	.372**	.514**	.500**	.568**	1	.682**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.054	.035	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
total	Pearson Correlation	.614**	.465**	.246*	.394**	.616**	.677**	.752**	.728**	.682**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.014	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel 3.3., seluruh item pertanyaan untuk variabel minat berkunjung wisatawan ke Wonosobo dapat dianggap valid.

3.1.2. Uji Reliabilitas

Untuk menilai level kredibilitas instrumen penelitian dan menetapkan jika instrumen yang digunakan dalam penelitian bisa dipercaya, maka peneliti melaksanakan uji reliabilitas. Tujuannya untuk mengukur instrumen penelitian agar terus konsisten memberikan hasil yang relevan jika dipakai di konteks waktu yang berbeda. Sebuah instrumen dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6.

Tabel 3.4. Hasil Uji Reliabilitas

<u>Variabel</u>	Nilai Cronbach's Alpha
X1	0.884
X2	0.885
Y	0.833

Berdasarkan tabel 3.4., dapat diketahui bahwa hasil uji reliabilitas variabel intensitas mengakses informasi pariwisata dan kualitas informasi pariwisata akun Instagram @disparbudwonosobo dapat dianggap reliabel. Hal tersebut bisa kita lihat dari nilai *Cronbach's Alpha* seluruh variabel lebih tinggi dari >0,6.

3.2. Identitas Responden

Sebelum ke tahap pengujian hipotesis penelitian, identitas dan hasil penelitian 100 responden dalam penelitian ini dapat diketahui sebagai berikut.

Tabel 3.5. Sebaran Usia Responden

USIA	JUMLAH RESPONDEN
18	2
19	3
20	10

21	22
22	27
23	11
24	2
25	2
26	2
27	1
28	2
29	1
30	3
31	3
32	2
33	4
34	3

Sumber: Pertanyaan Kuesioner Nomor 2

Berdasarkan data yang diperoleh, rentang usia responden penelitian berada pada usia 18-34 tahun dengan mayoritas berusia 22 tahun sebanyak 27 orang. Sebaran usia responden paling sedikit berada pada usia 27 dan 29 tahun. Usia 22 termasuk dalam kelompok umur pengguna Instagram terbanyak di Indonesia (lihat Gambar 1.2.).

Tabel 3.6. Sebaran Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah
Laki-laki	37
Perempuan	63

Sumber: Pertanyaan Kuesioner Nomor 3

Berdasarkan tabel 3.6. di atas, responden penelitian didominasi oleh perempuan sejumlah 63 orang, sedangkan responden dengan jenis kelamin laki-laki berjumlah 37 orang.

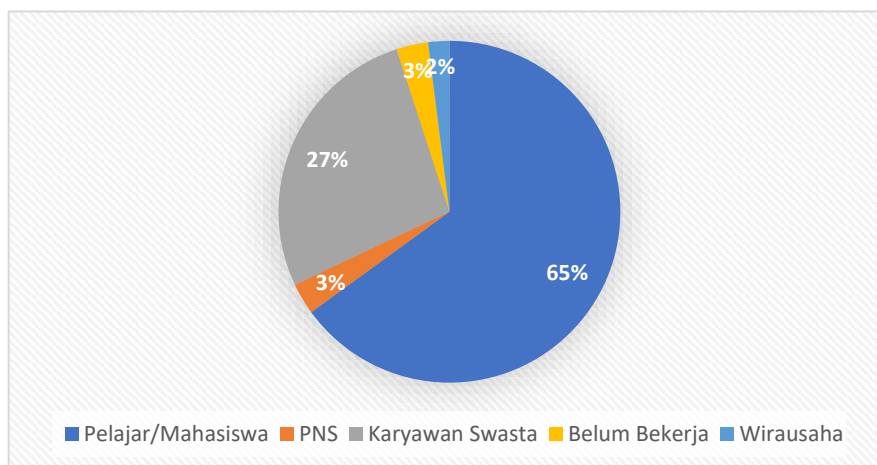


Diagram 3.1. Pekerjaan Responden

Sumber: Pertanyaan Kuesioner Nomor 4

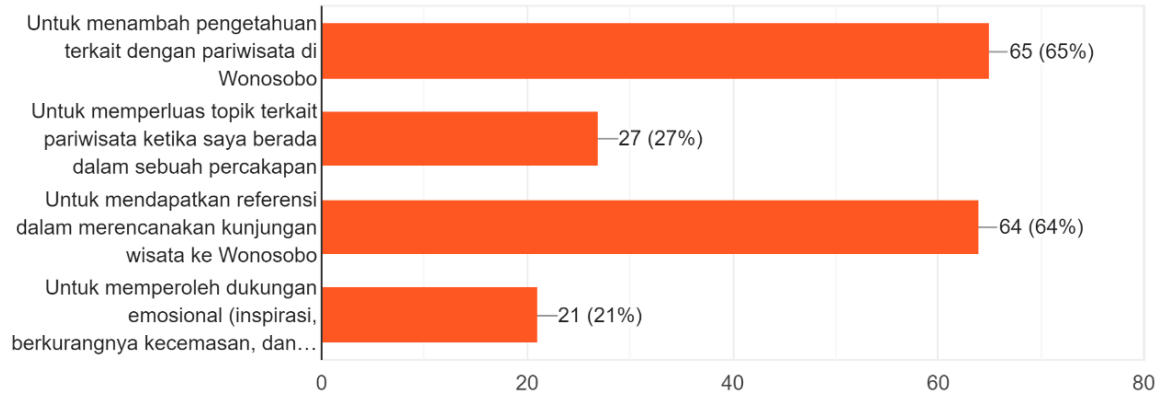
Berdasarkan data responden yang telah dihimpun, mayoritas responden bekerja sebagai pelajar/mahasiswa dengan persentase mencapai 65%, selanjutnya responden yang berstatus karyawan swasta sebesar 27%. Sementara itu, status pekerjaan paling sedikit adalah wirausaha dengan jumlah responden 2 orang.

3.3. Intensitas Mengakses Informasi Pariwisata akun Instagram @disparbudwonosobo

Intensitas mengakses informasi pariwisata pada akun Instagram @disparbudwonosobo diukur melalui 3 indikator, yakni Alasan, Durasi, Frekuensi, dan Konsentrasi responden. Dari indikator tersebut, kemudian dijabarkan menjadi 10 pertanyaan yang dijabarkan sebagai berikut.

1. Alasan

100 responses



*Diagram 3.2. Alasan atau motivasi responden mengikuti akun Instagram
@disparbudwonosobo*

Sumber: Pertanyaan Kuesioner Nomor 5

Berdasarkan grafik di atas, mayoritas responden mengikuti akun @disparbudwonosobo dikarenakan oleh motivasi untuk menambah pengetahuan terkait dengan pariwisata di Wonosobo dan memperoleh referensi dalam merencanakan kunjungan wisata ke Wonosobo.

Dari respons kuesioner yang telah dihimpun, disusun kategorisasi karena responden diperbolehkan memilih lebih dari satu opsi jawaban. Kategorisasi ini dibagi menjadi 4 tingkat, yakni rendah, sedang, tinggi, sangat tinggi, dengan kriteria khusus antara lain:

- a) Skor 1 untuk jumlah alasan rendah
- b) Skor 2 untuk jumlah alasan sedang
- c) Skor 3 untuk jumlah alasan tinggi
- d) Skor 4 untuk jumlah alasan sangat tinggi

Berdasarkan kategorisasi yang telah diketahui tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa alasan responden mengikuti akun @disparbudwonosobo adalah sebagai berikut:



Diagram 3.3. Kategorisasi Alasan Responden Mengikuti Akun @disparbudwonosobo

Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan diagram tersebut, bisa dilihat jika mayoritas responden bisa dimasukkan ke dalam kategori rendah sehingga motivasi atau alasan mereka mengikuti akun @disparbudwonosobo relatif tidak bervariasi. Apabila dikaitkan dengan diagram 3.2. di atas, responden ingin menambah pengetahuan terkait pariwisata Wonosobo sebagai alasan utamanya.

2. Frekuensi

Frekuensi merupakan tingkat pengulangan perilaku dalam rentang waktu tertentu yang dilakukan oleh responden. Berdasarkan keseluruhan jawaban kuesioner pada indikator frekuensi, sebagian besar responden mengakses informasi pariwisata pada laman @disparbudwonosobo kurang dari 3 kali sehari. Peneliti melakukan kategorisasi frekuensi akses informasi ini ke dalam tiga variasi nilai, yaitu rendah, sedang, dan tinggi. Adapun penjelasan variasi nilai tersebut adalah sebagai berikut:

- a) Lebih dari 6 kali sehari untuk frekuensi tinggi
- b) 3—4 kali sehari untuk frekuensi sedang
- c) Kurang dari 3 kali sehari untuk frekuensi rendah

Berdasar kepada kategori yang telah disusun, frekuensi akses informasi bisa disimpulkan seperti berikut:

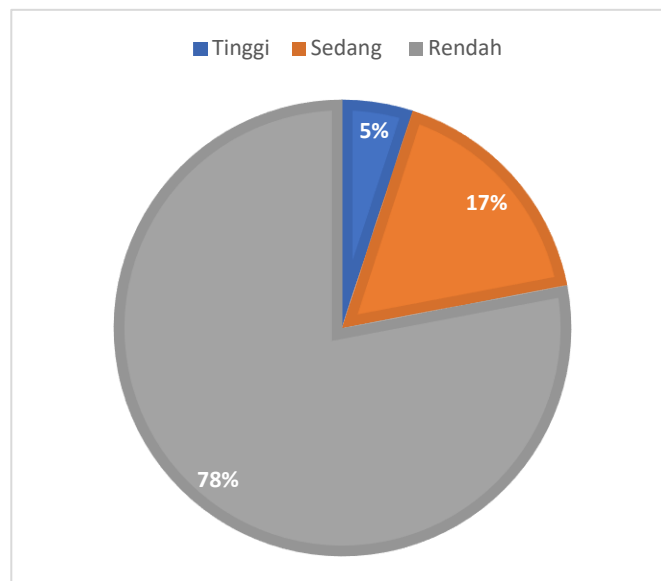


Diagram 3.4. Kategorisasi frekuensi responden mengakses informasi pariwisata di akun Instagram @disparbudwonosobo

Sumber: Pertanyaan Kuesioner Nomor 6

Berdasarkan data diagram yang telah diperoleh di atas, kebanyakan dari responden mengakses informasi pariwisata kurang dari 3 kali sehari atau termasuk frekuensi rendah. Sebaran persentase ini menunjukkan bahwa responden masih jarang mengakses informasi pariwisata dalam sehari.

3. Durasi

Durasi merupakan lamanya suatu perilaku dilaksanakan dalam rentang waktu tertentu. Berdasarkan keseluruhan jawaban kuesioner pada indikator durasi, sebagian besar responden mengakses informasi pariwisata pada laman @disparbudwonosobo kurang dari 30 menit sehari. Peneliti mengkategorisasi

frekuensi akses informasi ini kedalam tiga variasi nilai, yaitu rendah, sedang, dan tinggi. Adapun penjelasan variasi nilai tersebut adalah sebagai berikut:

- d) Kurang dari 30 menit sehari untuk durasi rendah
- e) 30-60 menit sehari untuk frekuensi sedang
- f) Lebih dari 1 jam sehari untuk frekuensi tinggi

Berdasarkan kategorisasi yang telah diketahui tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa durasi responden mengakses informasi pariwisata @disparbudwonosobo adalah sebagai berikut:

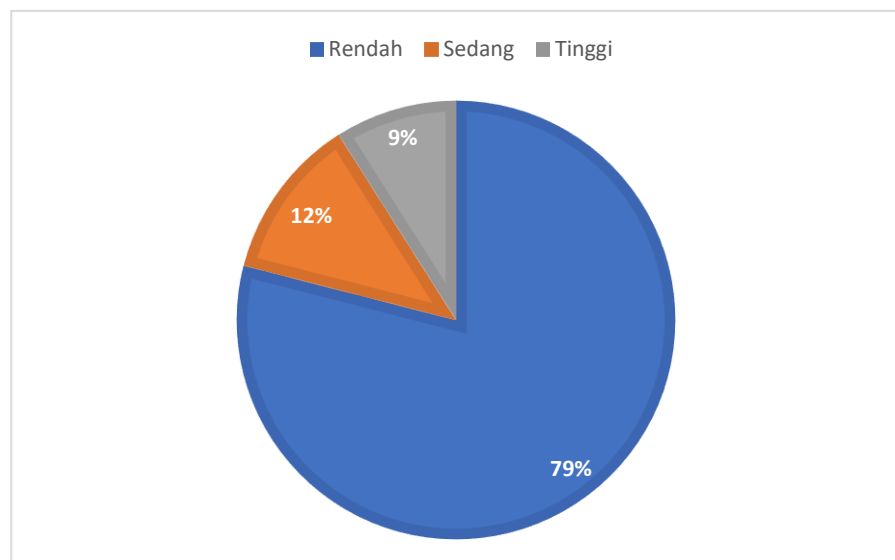


Diagram 3.5. Kategorisasi durasi responden mengakses informasi pariwisata akun @disparbudwonosobo dalam sehari

Sumber: Pertanyaan Kuesioner Nomor 7

Berdasarkan data diagram yang telah diperoleh di atas, mayoritas responden mengakses informasi pariwisata selama kurang dari 30 menit perhari (79%). Persentase ini menunjukkan bahwa responden cenderung masih jarang mengakses informasi pariwisata di akun @disparbudwonosobo dalam sehari.

4. Konsentrasi

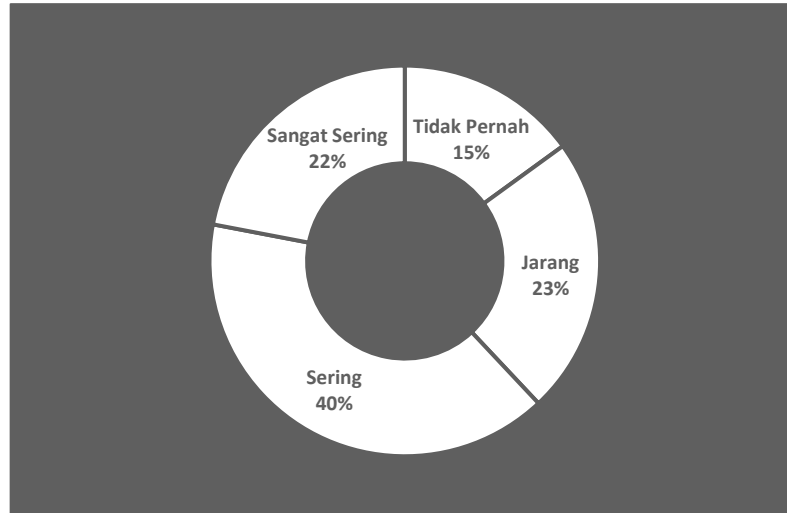


Diagram 3.6. Persentase responden memberikan like pada unggahan konten dalam akun Instagram @disparbudwonosobo

Sumber: Pertanyaan Kuesioner Nomor 8

Berdasarkan diagram 3.6 di atas, kebanyakan dari responden memberikan respons sering (40%) hingga sangat sering (22%). Persentase ini menunjukkan sebagian besar responden menyukai konten yang diunggah oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Wonosobo. Perilaku memberikan suka (*like*) kepada sebuah konten merupakan salah satu indikasi bahwa informasi yang terdapat dalam konten tersebut memberikan manfaat bagi audiensnya. Selain itu, *like* juga bisa dijadikan tolok ukur informasi yang disampaikan diterima secara positif oleh audiens.

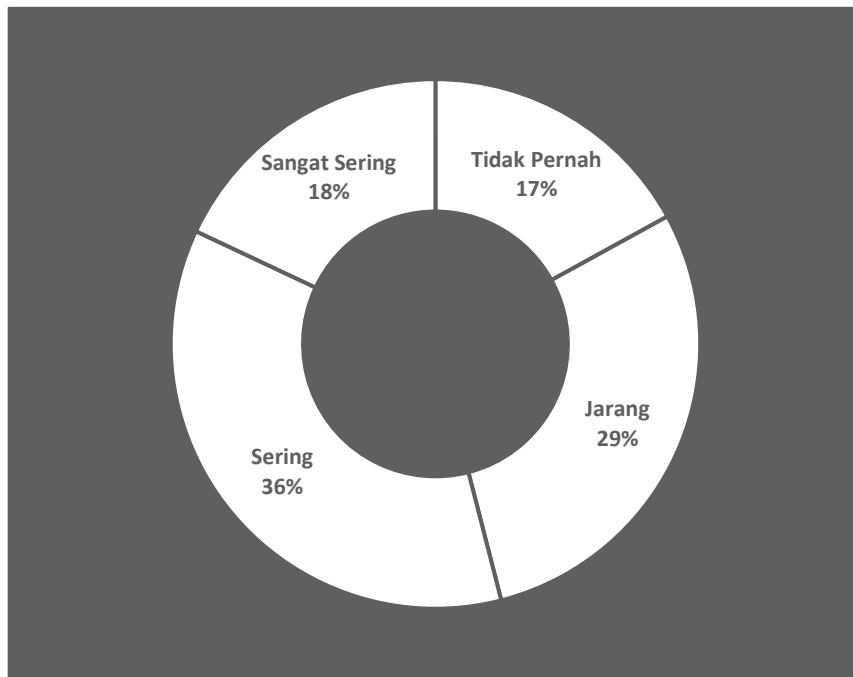


Diagram 3.7. Persentase responden mendapatkan informasi lebih tentang pariwisata Wonosobo (dengan meng-click tagar yang ada dalam konten @disparbudwonosobo)

Sumber: Pertanyaan Kuesioner Nomor 9

Berdasarkan data diagram yang telah diperoleh di atas, kebanyakan dari responden memberikan respons sering (36%) hingga sangat sering (18%). Persentase ini menunjukkan sebagian besar responden menyukai konten yang diunggah oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Wonosobo.

Tanda pagar (tagar) atau *hashtag* merupakan salah satu fitur yang terdapat dalam media sosial. Tagar ini berfungsi seperti label untuk kategori atau topik tertentu, sehingga memudahkan audiens dalam mencari informasi yang diperlukan. Dengan demikian, responden yang memiliki ketertarikan terhadap pariwisata Wonosobo dapat mendapatkan informasi lebih dengan meng-*click* tagar yang terdapat pada bagian *caption*.

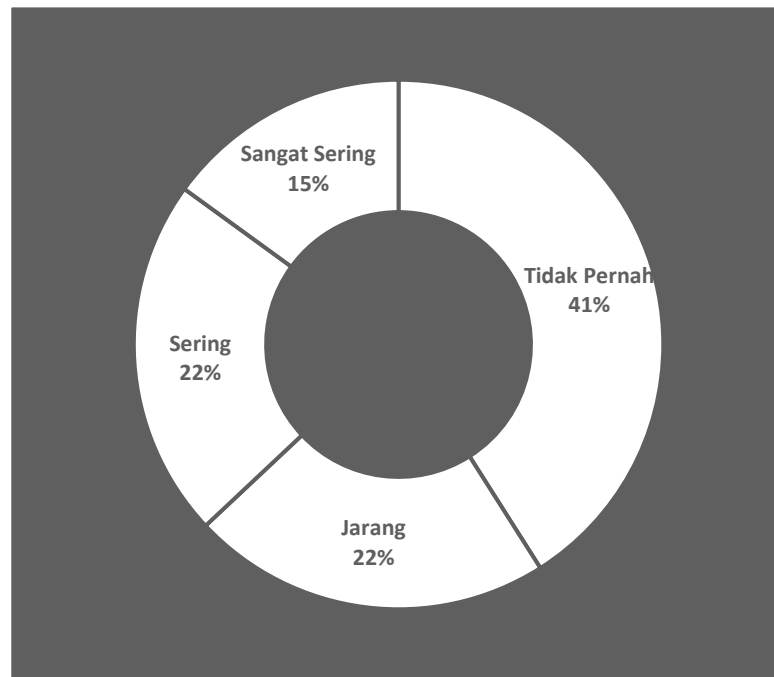


Diagram 3.8. Persentase responden dalam memberikan komentar (pendapat, pertanyaan, dsb) dalam konten @disparbudwonosobo

Sumber: Pertanyaan Kuesioner Nomor 10

Dari diagram 3.8., bisa dilihat jika mayoritas responden berpendapat apabila mereka tidak pernah memberikan komentar berupa pendapat, pertanyaan, dan lain sebagainya pada unggahan konten @disparbudwonosobo. Dengan kata lain, mayoritas responden belum terdorong untuk meninggalkan komentar dalam konten yang dibagikan dalam konten @disparbudwonosobo.

Kolom komentar sebagai sarana untuk mendorong interaktivitas antar pengguna belum digunakan secara optimal oleh responden. Terbukti dari beberapa unggahan konten pariwisata, mayoritas memiliki kolom komentar yang masih kosong.

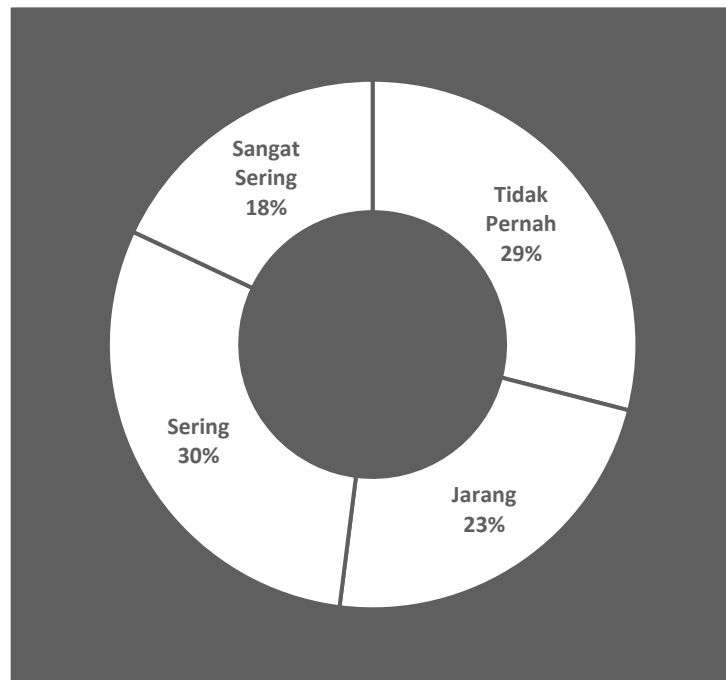


Diagram 3.9. Persentase responden dalam membagikan informasi dalam konten @disparbudwonosobo dengan men-tag teman atau me-repost ke Instagram story

Sumber: Pertanyaan Kuesioner Nomor 11

Berdasarkan data diagram yang telah diperoleh di atas, mayoritas responden memberikan respons sering (30%). Persentase ini menunjukkan banyak responden sudah terlibat untuk membagikan informasi pariwisata dalam konten unggahan @disparbudwonosobo.

Meskipun sebagian besar responden menyukai informasi pariwisata yang dibagikan oleh akun @disparbudwonosobo (lihat diagram 3.6.), akan tetapi belum ada dorongan yang kuat untuk meninggalkan komentar berbentuk pertanyaan, tanggapan, kesan, dsb terkait informasi yang dibagikan.

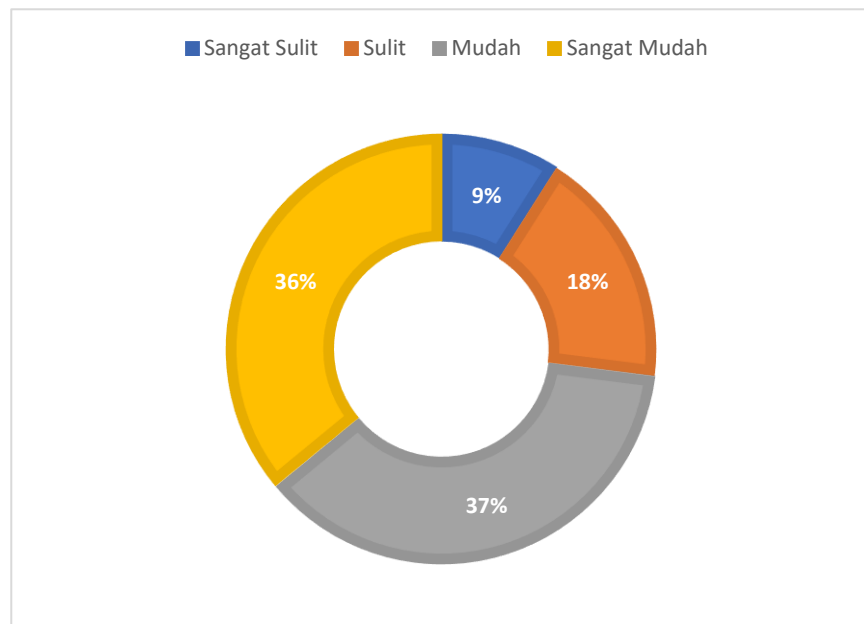


Diagram 3.10. Persentase responden menilai bahwa informasi mengenai destinasi wisata dan event pariwisata Wonosobo mudah dicari

Sumber: Pertanyaan Kuesioner Nomor 12

Berdasarkan data diagram yang telah diperoleh di atas, mayoritas responden memberikan respons konsentrasi/setuju (45%) dan diikuti oleh sangat konsentrasi/ sangat setuju (43%). Persentase ini menunjukkan banyak responden merasa informasi terkait destinasi dan event pariwisata Wonosobo mudah ditemukan, serta menunjukkan bahwa responden cenderung berkonsentrasi ketika mengakses informasi pariwisata di akun @disparbudwonosobo.

Dinas Pariwisata & Kebudayaan Kabupaten Wonosobo dinilai sebagai salah satu wakil resmi dari Pemda Wonosobo yang memiliki kewajiban untuk mempromosikan pariwisata Wonosobo melalui kanal-kanal komunikasi yang tersedia, salah satunya Instagram. Dengan demikian, dapat

disimpulkan bahwa informasi pariwisata yang dibagikan melalui akun @disparbudwonosobo sudah berhasil menjangkau masyarakat dan memberikan manfaat bagi masyarakat.

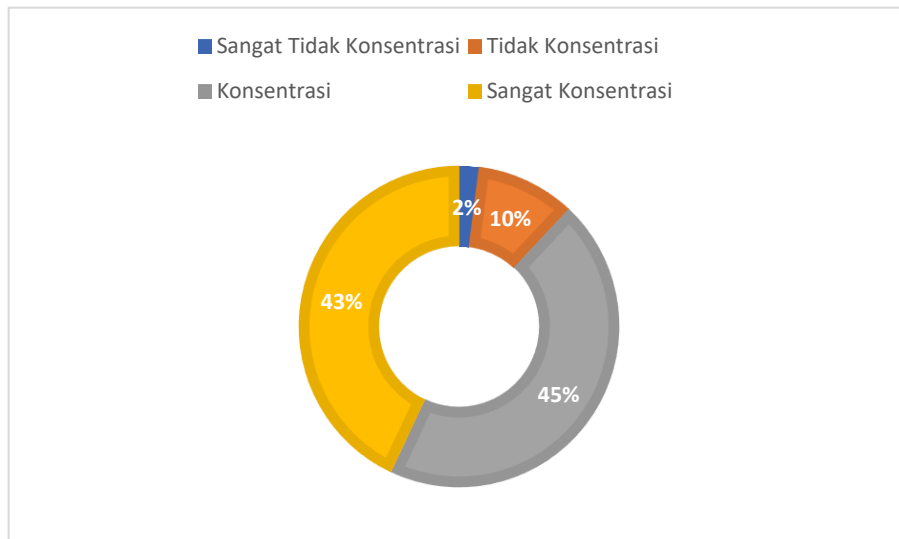


Diagram 3.11. Persentase responden menilai informasi terkait akomodasi (transportasi umum/pribadi, penginapan, restoran, dsb) di Wonosobo mudah ditemukan.

Sumber: Pertanyaan Kuesioner Nomor 13

Berdasarkan data diagram yang telah diperoleh di atas, mayoritas responden memberikan respons mudah (37%) dan diikuti oleh sangat mudah (36%). Persentase ini menunjukkan sebagian besar responden menilai informasi terkait akomodasi yang tersedia di Wonosobo mudah ditemukan.

Informasi terkait dengan akomodasi dan transportasi dianggap sebagai faktor yang bisa memengaruhi wisatawan berkunjung ke sebuah daerah. Sehingga ketersediaan informasi yang baik akan memudahkan calon wisatawan dalam merencanakan kunjungan wisata mereka.

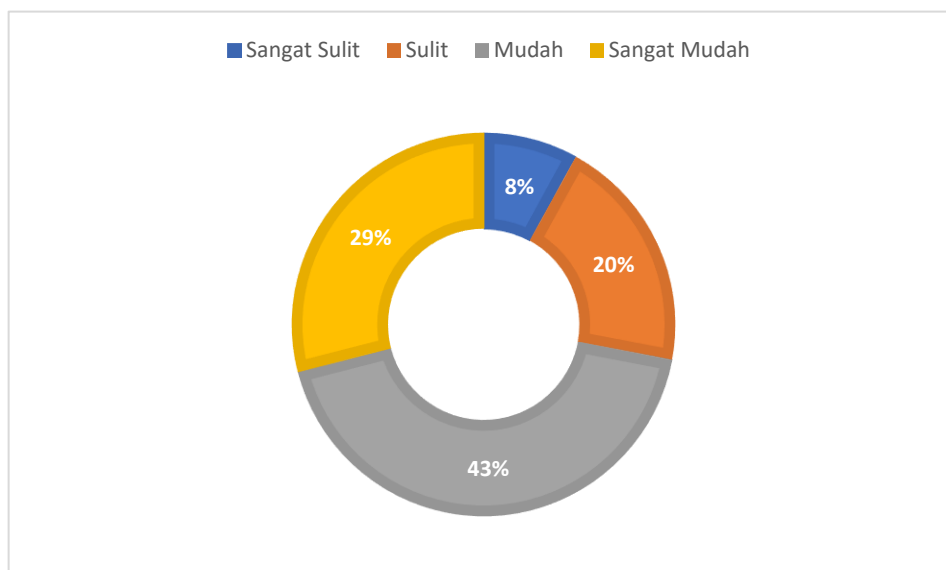


Diagram 3.12. Persentase responden menilai informasi terkait biaya hidup (living cost) ketika berwisata di Wonosobo mudah dicari

Sumber: Pertanyaan Kuesioner Nomor 14

Berdasarkan data diagram yang telah diperoleh di atas, mayoritas responden memberikan respons setuju (43%) dan diikuti oleh sangat setuju (29%). Persentase ini menunjukkan sebagian besar responden sepakat apabila informasi terkait biaya hidup (*living cost*) ketika berwisata ke Wonosobo mudah dicari.

Kemudahan informasi biaya hidup ini bisa membantu calon wisatawan untuk menyusun rencana anggaran ketika berwisata ke Wonosobo. Kemudahan tersebut merupakan value berharga bagi wisatawan sehingga semakin meningkatkan minat untuk melakukan perjalanan wisata ke Wonosobo.

Dari keseluruhan data yang telah terkumpul, maka terbentuklah kategorisasi variabel intensitas mengakses informasi pariwisata menjadi 3 kategori, yakni “rendah”, “sedang”, serta “tinggi”. Dari beberapa indikator yang ditanyakan melalui kuesioner kepada responden, akan menghasilkan jumlah skor paling tinggi yang bisa diperoleh sebanyak 24 dan skor paling rendah

yang dapat diperoleh yaitu 6. Dengan demikian, variasi variabel intensitas mengakses informasi pariwisata dikelompokkan menjadi 3 kategori sebagai berikut:

- a) Rendah : Jika skor responden di bawah 12
- b) Sedang : Jika skor responden di 12 – 17
- c) Tinggi : Jika skor responden di atas 18

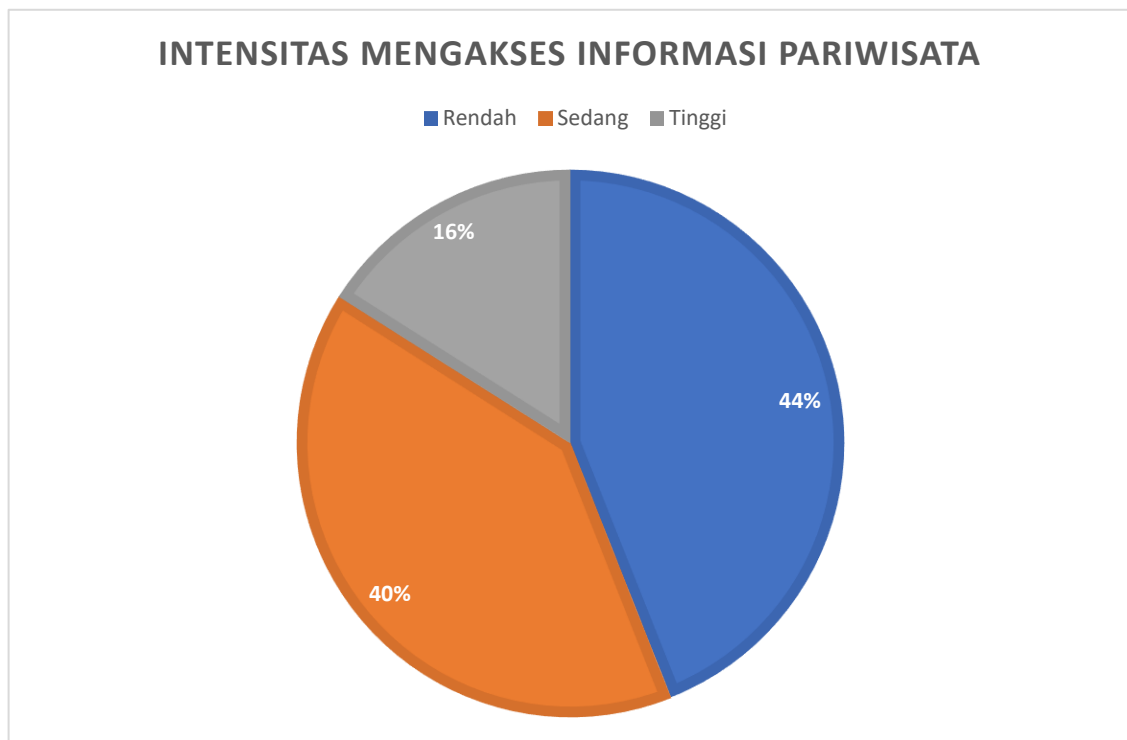


Diagram 3.13. Diagram Frekuensi Variabel Intensitas Mengakses Informasi Pariwisata

Sumber: Olahan Peneliti

Dari diagram intensitas mengakses informasi tersebut, kita bisa melihat jika kebanyakan responden berpendapat apabila intensitas mengakses informasi pariwisata pada akun @disparbudwonosobo berada pada kategori “rendah” (44%). Berdasarkan hal ini, intensitas mengakses informasi pariwisata yang dilakukan oleh responden masih tergolong kurang intens.

3.4. Kualitas Informasi Pariwisata Akun Instagram @disparbudwonosobo

Pada bagian ini, terdapat beberapa indikator untuk mengukur variabel kualitas informasi pariwisata akun Instagram @disparbudwonosobo, sebagaimana ditampilkan pada penjabaran berikut ini.

1. Relevansi

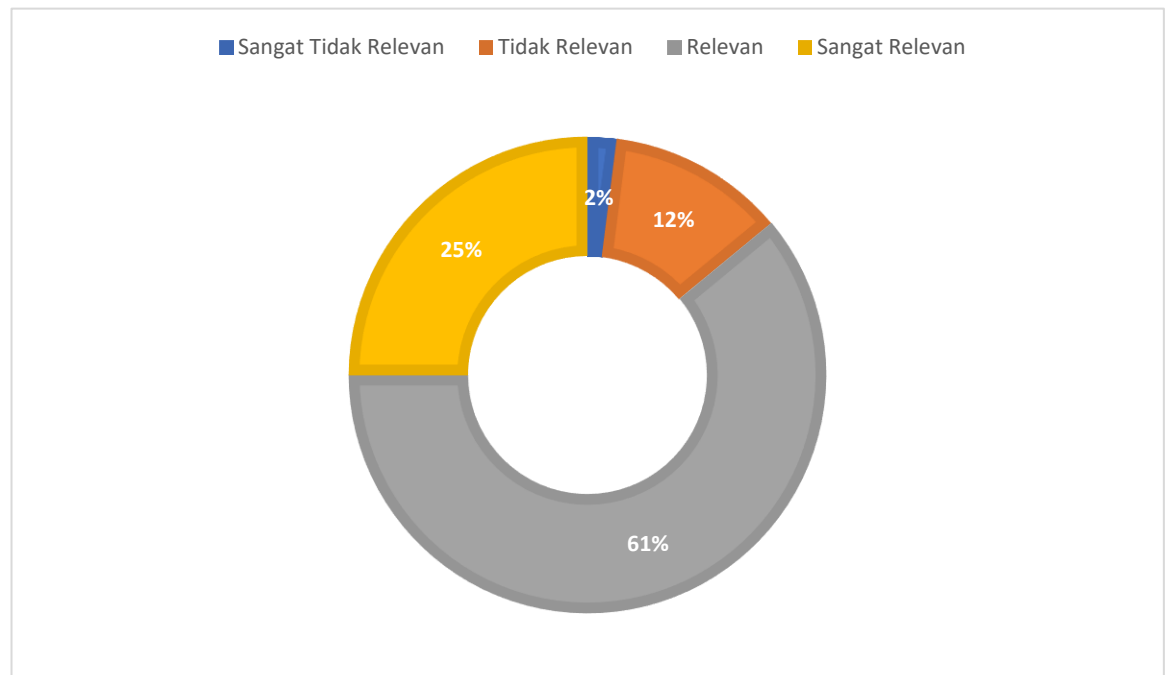


Diagram 3.14. Persentase responden menilai informasi pariwisata yang dibagikan dalam akun @disparbudwonosobo sudah sesuai dengan kebutuhannya

Sumber: Pertanyaan Kuesioner Nomor 15

Dari indikator informasi pariwisata yang dibagikan melalui @disparbudwonosobo relevan dengan kebutuhan responden dilihat melalui diagram di atas bahwa sebanyak 61% responden “relevan” dengan pernyataan tersebut, lalu, 25% responden berpendapat “sangat relevan”, sebanyak 12% menyatakan “tidak relevan”, dan 2% sisanya menyatakan “sangat tidak relevan”. Sehingga dengan kata lain, cukup banyak responden

menganggap informasi pariwisata yang disampaikan dalam akun Instagram @disparbudwonosobo relevan dengan kebutuhan mereka.

Aspek relevansi kemudian bisa dinilai sebagai salah satu faktor yang harus dipertimbangkan. Apabila sebuah informasi sifatnya relevan, audiens cenderung melihat value dari informasi tersebut dan dapat memberikan manfaat bagi mereka. Informasi yang relevan dengan kebutuhan audiens juga bisa membangun kepercayaan dan kredibilitas terhadap akun @disparbudwonosobo sebagai akun resmi pemerintah. Relevansi tersebut juga bisa dianggap sebagai panduan bagi audiens untuk meraih tujuannya. Dengan demikian, informasi pariwisata yang dibagikan oleh @disparbudwonosobo sudah relevan dengan kebutuhan audiens.

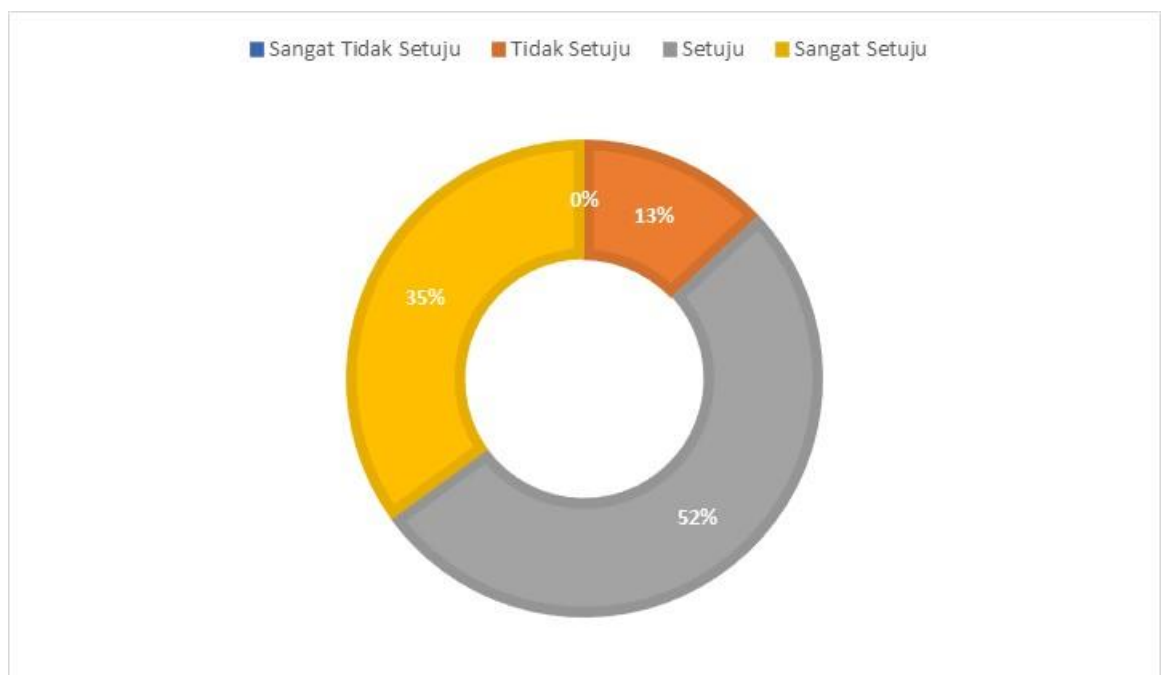


Diagram 3.15. Persentase responden menilai informasi pariwisata yang dibagikan dalam akun @disparbudwonosobo sesuai dengan realita di lapangan

Sumber: Pertanyaan Kuesioner Nomor 16

Dari indikator informasi pariwisata yang dibagikan melalui @disparbudwonosobo selalu tepat waktu dapat dilihat melalui diagram di

atas bahwa sebanyak 52% responden “setuju” bahwa informasi yang dibagikan sesuai dengan realita, lalu, 35% dari responden berpendapat “sangat setuju”, dan sebanyak 13% “tidak setuju”. Dari penjelasan itu, kebanyakan responden menganggap informasi pariwisata yang disampaikan dalam akun Instagram @disparbudwonosobo sudah sesuai dengan kondisi di lapangan.

Dengan semakin menjamurnya misinformasi atau informasi yang tidak sesuai dengan realita, kejujuran informasi sangat diperlukan dalam mempertahankan kepercayaan audiens. Sebagai instansi pemerintah, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Wonosobo juga berkewajiban membagikan informasi pariwisata tanpa menghilangkan aspek tertentu (jujur).

2. *Timeliness*

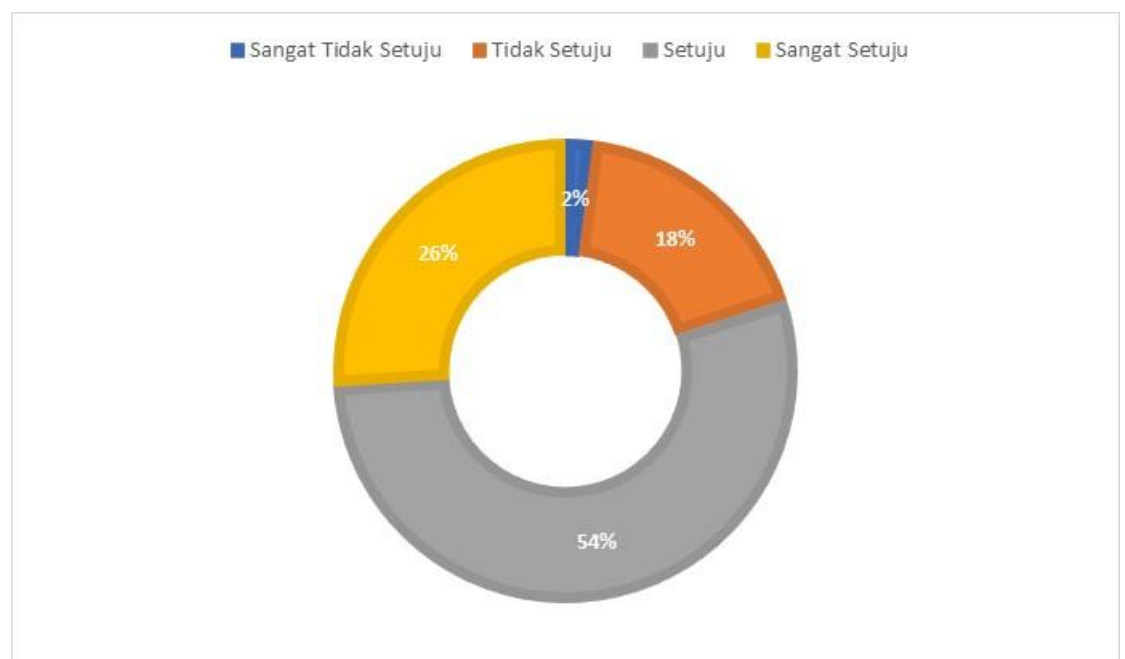


Diagram 3.16. Persentase responden menilai bahwa informasi pariwisata yang dibagikan selalu tepat waktu

Sumber: Pertanyaan Kuesioner Nomor 17

Dari indikator informasi pariwisata yang dibagikan melalui @disparbudwonosobo selalu tepat waktu dapat dilihat melalui diagram di atas bahwa sebanyak 54% responden “setuju” dengan pernyataan tersebut, lalu, 26% responden menyatakan “sangat setuju”, sebanyak 18% menyatakan “tidak setuju”, dan 2% sisanya menyatakan “sangat tidak setuju”. Dengan demikian, sebagian besar responden menganggap informasi pariwisata yang disampaikan dalam akun Instagram @disparbudwonosobo bersifat tepat waktu.

Ketepatan waktu ini mampu meningkatkan perhatian masyarakat terhadap informasi yang dibagikan karena sesuai dengan fenomena yang sedang terjadi, contohnya mendekati musim libur sekolah, libur akhir tahun, dan lain sebagainya. Isu liburan ke alam sendiri sedang menjadi perbincangan akhir-akhir ini. Rekomendasi objek wisata yang harus dikunjungi ketika liburan selalu mendapat atensi positif di media massa. Dengan demikian, sejalan dengan isu liburan yang sedang ramai diperbincangkan, akun Instagram @disparbudwonosobo memiliki ketepatan waktu dalam menyampaikan informasi pariwisata kepada audiens.

3. *Completeness*

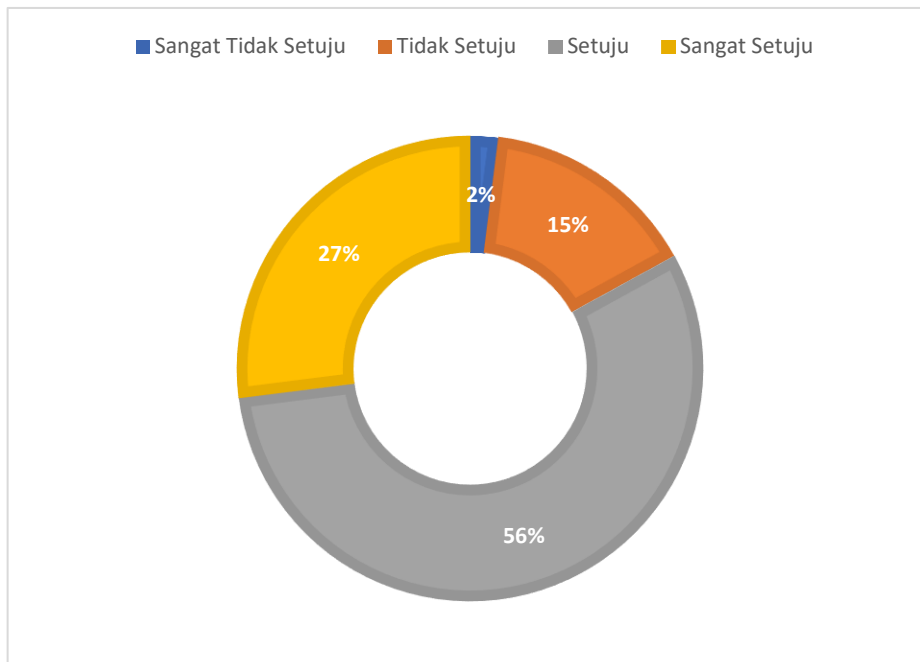


Diagram 3.17. Persentase responden menilai informasi yang dibagikan oleh akun @disparbudwonosobo cukup lengkap (destinasi, akomodasi, transportasi, dsb).

Sumber: Pertanyaan Kuesioner Nomor 18

Dari indikator informasi pariwisata yang dibagikan melalui @disparbudwonosobo selalu tepat waktu dapat dilihat melalui diagram di atas bahwa sebanyak 56% responden “setuju” terhadap pernyataan yang diberikan peneliti, lalu, 27% menjawab “sangat setuju”, sebanyak 15% memberikan respon “tidak setuju”, dan 2% sisanya menjawab “sangat tidak setuju”. Dari penjelasan tersebut, bisa kita lihat apabila kebanyakan responden menganggap informasi pariwisata yang disampaikan dalam akun Instagram @disparbudwonosobo lengkap karena telah mencakup informasi terkait akomodasi, transportasi, destinasi wisata, dan lain-lain.

Dalam proses pencarian informasi, kelengkapan menjadi salah satu aspek yang tidak bisa dikesampingkan. Informasi yang lengkap dan mencakup beragam topik yang terkait akan membangun kredibilitas, mengurangi

kesalahpahaman, dan lain sebagainya. Dengan demikian, informasi pariwisata yang dibagikan melalui akun @disparbudwonosobo akan mendapat respon yang positif dari audiens.

4. *Value-added*

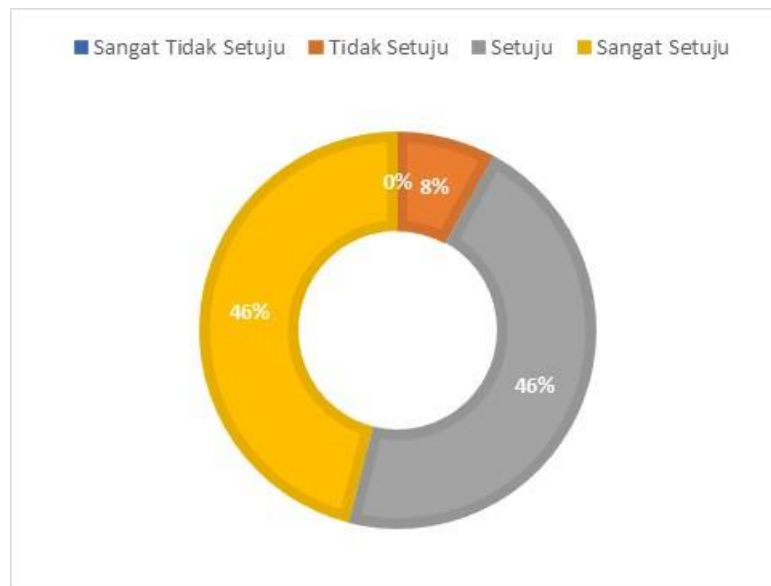


Diagram 3.18. Persentase responden menilai bahwa dirinya memperoleh manfaat setelah mengakses informasi pariwisata di akun @disparbudwonosobo

Sumber: Pertanyaan Kuesioner Nomor 19

Berdasarkan data diagram yang telah diperoleh di atas, mayoritas responden memberikan respons setuju (46%) dan sangat setuju (46%). Persentase ini menunjukkan sebagian besar responden menilai bahwa informasi pariwisata yang dibagikan oleh @disparbudwonosobo memberikan manfaat atau benefit bagi orang yang mengaksesnya.

Dari keseluruhan data yang telah terkumpul, maka terbentuklah kategorisasi variabel intensitas mengakses informasi pariwisata ke dalam 4 kategori, yaitu “sangat rendah”, “rendah”, “tinggi” & “sangat tinggi”. Dari

beberapa indikator yang ditanyakan melalui kuesioner kepada responden, akan menghasilkan jumlah skor paling tinggi yang bisa diperoleh sebanyak 32 dan skor paling rendah yang dapat diperoleh yaitu 8. Dengan demikian, variasi variabel intensitas mengakses informasi pariwisata dikelompokkan menjadi 4 kategori sebagai berikut:

- a) Sangat Rendah : Jika skor responden di 1 – 8
- b) Rendah : Jika skor responden di 9 – 16
- c) Tinggi : Jika skor responden di 17 – 24
- d) Sangat Tinggi : Jika skor responden di atas 25

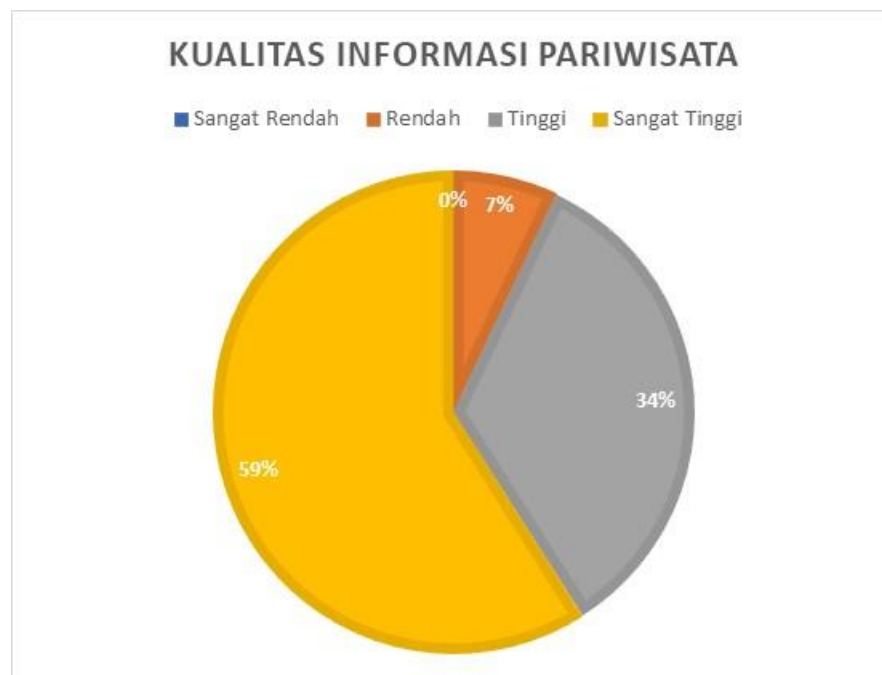


Diagram 3.19. Diagram Frekuensi Variabel Kualitas Informasi Pariwisata

Sumber: Olahan Peneliti

Dari diagram 3.19., mayoritas responden berpendapat jika kualitas informasi pariwisata pada akun @disparbudwonosobo dapat dikategorisasikan ke dalam kategori “**sangat tinggi**” (59%). Oleh

karenanya, peneliti membuat kesimpulan jika informasi pariwisata yang terdapat dalam akun @disparbudwonosobo sangat berkualitas bagi audiens.

3.5. Minat Berkunjung Wisatawan ke Kabupaten Wonosobo

1. Minat Eksploratif



Diagram 3.20. Persentase responden memanfaatkan media sosial resmi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Wonosobo (Facebook, Twitter, dan Youtube) untuk mencari informasi lebih tentang pariwisata Wonosobo

Sumber: Pertanyaan Kuesioner Nomor 20

Berdasarkan data diagram yang telah diperoleh di atas, mayoritas responden memberikan respons setuju (41%) dan sangat setuju (41%). Persentase ini menunjukkan sebagian besar responden telah memanfaatkan media sosial resmi milik dinas untuk mencari informasi tambahan terkait pariwisata di Wonosobo.

Platform media sosial menjadi kanal komunikasi yang efektif untuk menjangkau audiens di era digital seperti sekarang. Setiap media sosial memiliki demografi dominannya masing-masing, seperti Instagram yang didominasi oleh individu berusia 18-34 tahun (lihat gambar 1.2.). Dalam upaya menjangkau seluruh golongan umur, maka diperlukan pemanfaatan

berbagai media sosial untuk memberikan informasi yang lebih lengkap bagi audiens.

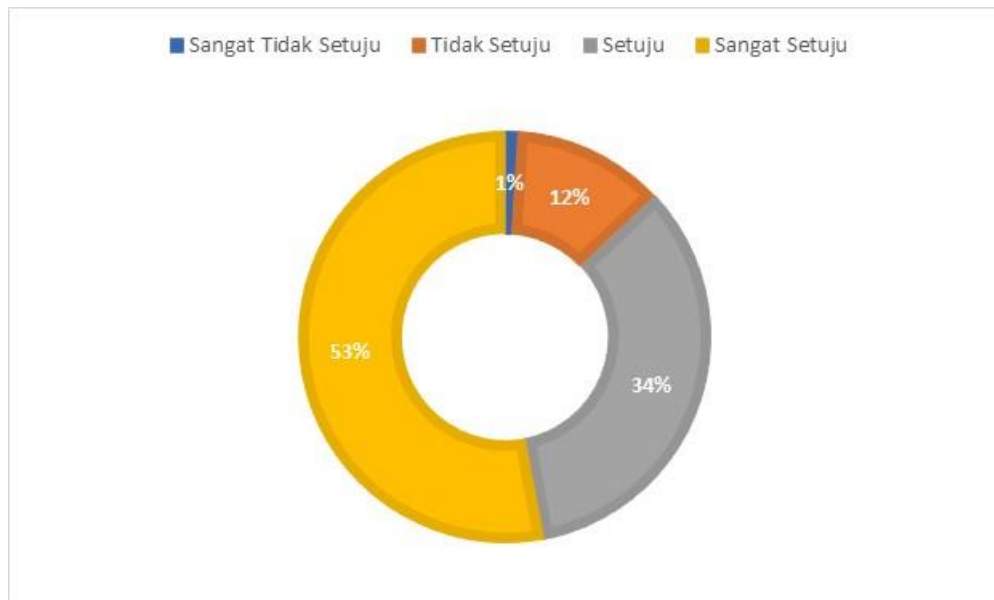


Diagram 3.21. Persentase responden memanfaatkan review yang terdapat di media sosial (TripAdvisor, Traveloka, Google Review, dll) untuk mencari informasi tambahan tentang pariwisata Wonosobo

Sumber: Pertanyaan Kuesioner Nomor 21

Berdasarkan data diagram yang telah diperoleh di atas, mayoritas responden memberikan respons sangat setuju (53%). Persentase ini menunjukkan sebagian besar responden telah memanfaatkan fitur online review yang tersedia pada berbagai media sosial untuk memperoleh informasi tambahan tentang pariwisata Wonosobo.

Review yang terdapat dalam beberapa media sosial khusus pariwisata seperti Traveloka, TripAdvisor, dan Google Review dapat dianggap sebagai faktor krusial dalam munculnya intensi wisatawan untuk berwisata. Review yang dituliskan juga cenderung organik sehingga kredibel dan terkesan jujur.

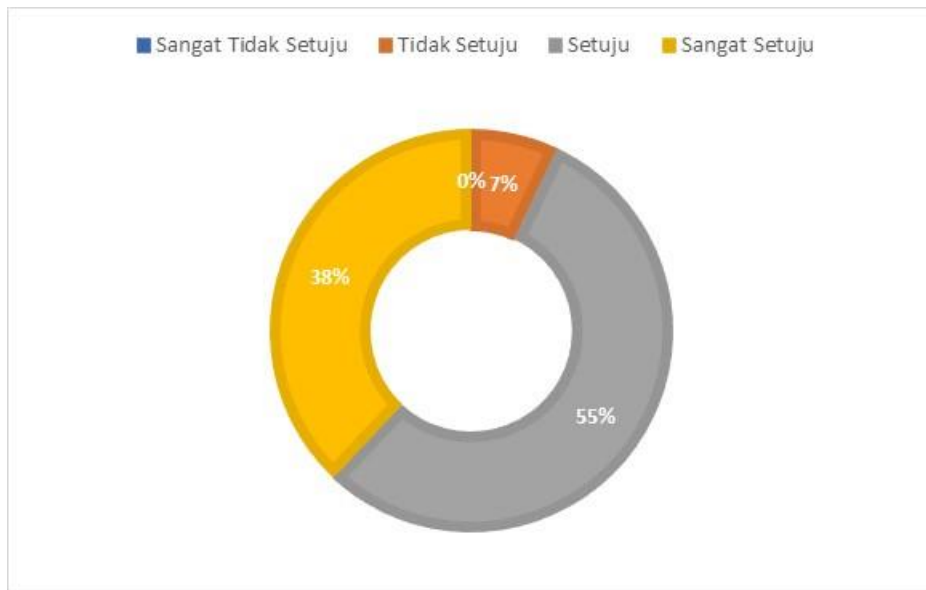


Diagram 3.22. Persentase responden mencari informasi pariwisata Wonosobo dari teman atau kerabat yang pernah berkunjung ke Wonosobo

Sumber: Pertanyaan Kuesioner Nomor 22

Berdasarkan data diagram yang telah diperoleh di atas, mayoritas responden memberikan respons setuju (55%). Persentase ini menunjukkan sebagian besar responden memperoleh informasi tambahan tentang pariwisata Wonosobo dari teman atau kerabat yang pernah berkunjung ke Wonosobo.

Referensi menjadi faktor penting lain dalam proses munculnya minat untuk berwisata. Apabila seseorang pernah berkunjung ke Wonosobo, maka dirinya sudah mengetahui apa saja hal yang bisa dilaksanakan dan tidak bisa dilaksanakan. Disamping itu, dirinya pun memiliki kemungkinan untuk memberikan tips bermanfaat bagi responden yang tertarik untuk berwisata ke Wonosobo. Tips tersebut akan bersifat kredibel karena datang dari sumber yang dipercayai oleh responden, yakni teman atau kerabat mereka sendiri.

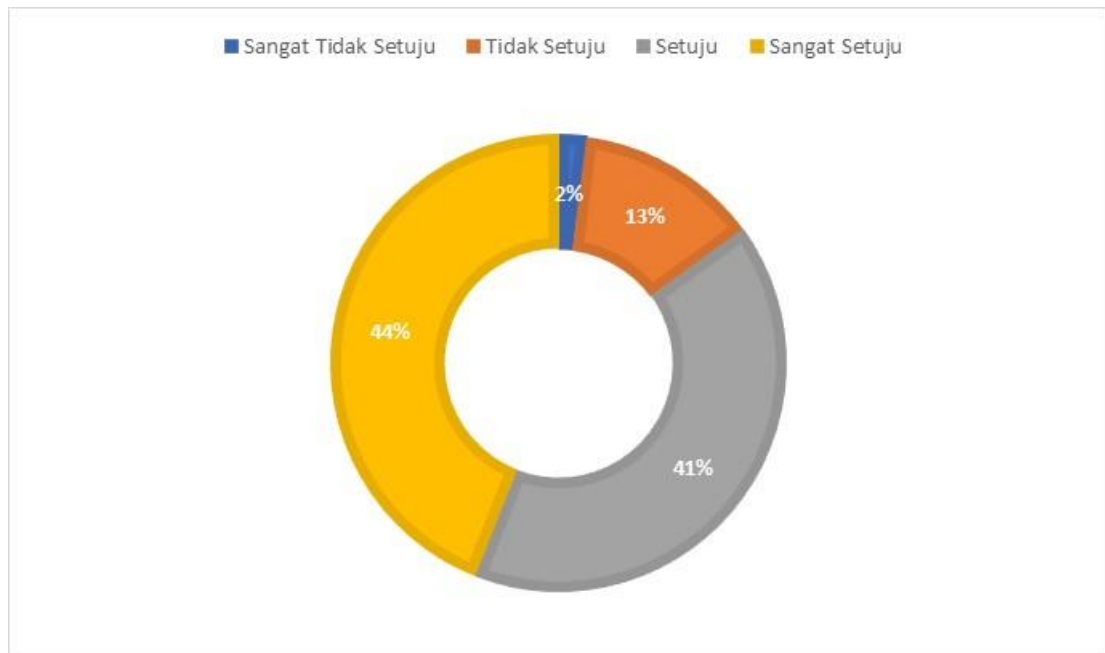


Diagram 3.23. Persentase responden mencari informasi pariwisata Wonosobo dari penduduk lokal Wonosobo

Sumber: Pertanyaan Kuesioner Nomor 23

Berdasarkan data diagram yang telah diperoleh di atas, mayoritas responden memberikan respons sangat setuju (44%). Persentase ini menunjukkan sebagian besar responden memperoleh informasi tambahan tentang pariwisata Wonosobo dari penduduk lokal Wonosobo.

Penduduk lokal tentunya memiliki pengetahuan lebih akan pariwisata di daerahnya. Pengetahuan tersebut biasanya jarang diketahui oleh masyarakat awam dan bisa memberikan manfaat bagi calon wisatawan. Selain itu, informasi yang diberikan oleh penduduk lokal sifatnya kredibel karena datang dari sumber terpercaya.

2. Minat Preferensial

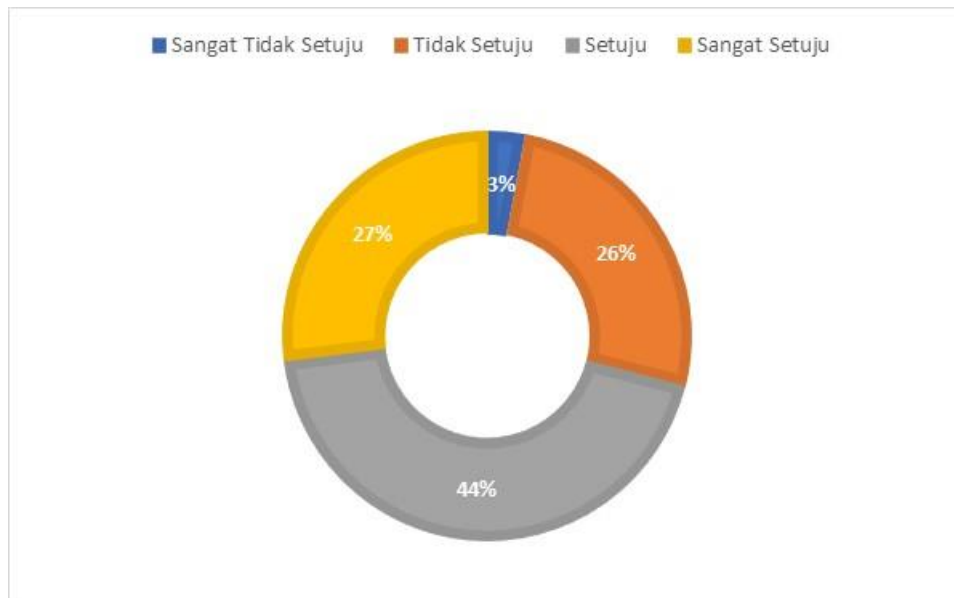


Diagram 3.24. Persentase responden menjadikan Wonosobo sebagai destinasi wisata prioritas dibanding dengan daerah lain

Sumber: Pertanyaan Kuesioner Nomor 24

Berdasarkan data diagram yang telah diperoleh di atas, mayoritas responden memberikan setuju (44%). Persentase ini menunjukkan sebagian besar responden memprioritaskan Wonosobo di atas daerah lain sebagai destinasi wisata pilihan mereka. Hasil ini menunjukkan bahwa responden menilai bahwa pariwisata Wonosobo memiliki keunggulan lebih jika dibandingkan dengan daerah lain.

Kondisi ini perlu diperhatikan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kab. Wonosobo agar minat berkunjung wisatawan semakin besar dari tahun ke tahun, melalui strategi komunikasi yang dijalankan.

3. Minat Referensial

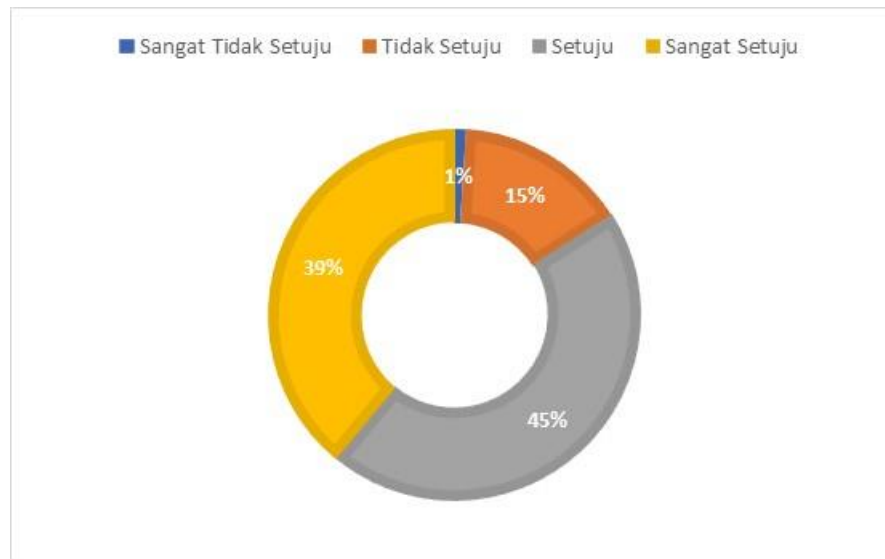


Diagram 3.25. Persentase responden merekomendasikan kerabat dekat untuk berwisata ke Wonosobo

Sumber: Pertanyaan Kuesioner Nomor 25

Berdasarkan data diagram yang telah diperoleh di atas, mayoritas responden memberikan setuju (45%). Persentase ini menunjukkan sebagian besar responden memiliki tendensi untuk memberi saran kerabat dekatnya agar berwisata ke Wonosobo.

4. Minat Transaksional

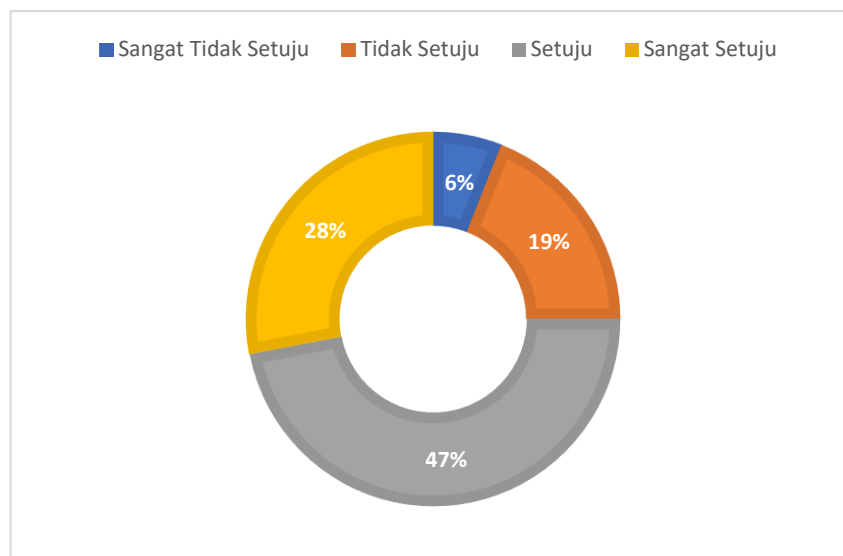


Diagram 3.26. Persentase responden memiliki perencanaan anggaran untuk berwisata ke Wonosobo

Sumber: Pertanyaan Kuesioner Nomor 26

Berdasarkan data diagram yang telah diperoleh di atas, mayoritas responden memberikan setuju (47%). Persentase ini menunjukkan kebanyakan responden memiliki rencana anggaran yang diperlukan untuk melakukan perjalanan wisata ke Wonosobo.

Hal ini sesuai dengan hasil diagram 3.12, dimana kebanyakan responden mengaku bahwa informasi terkait biaya hidup mudah ditemukan sehingga bisa membantu mereka dalam merencanakan anggaran untuk berwisata ke Wonosobo.

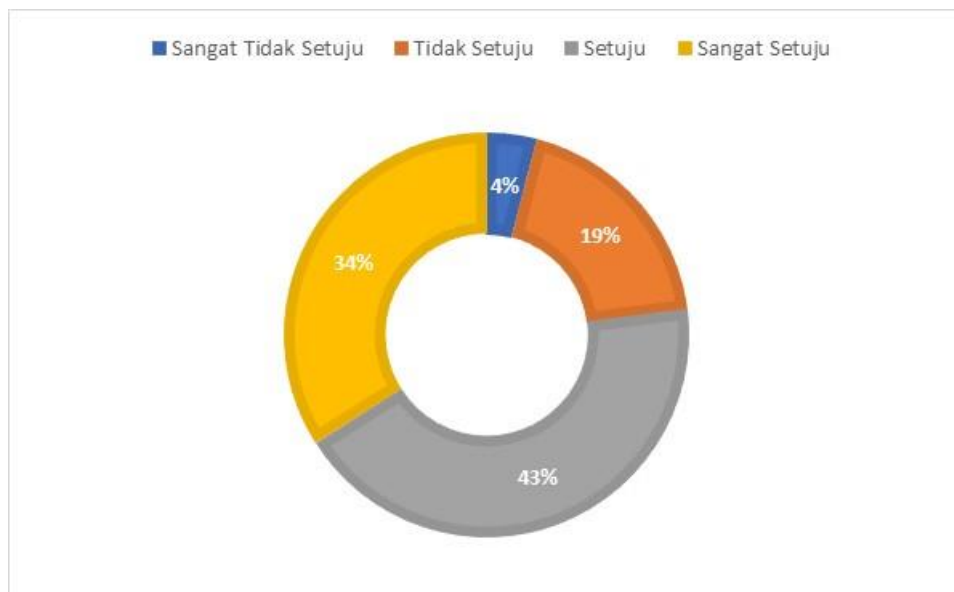


Diagram 3.27. Persentase responden memiliki perencanaan waktu berwisata ke Wonosobo (musim/bulan tertentu)

Sumber: Pertanyaan Kuesioner Nomor 27

Berdasarkan data diagram yang telah diperoleh di atas, mayoritas responden memberikan setuju (43%). Persentase ini menunjukkan sebagian besar

responden menyusun rencana perjalanan wisata ke Wonosobo sewaktu musim/bulan tertentu.

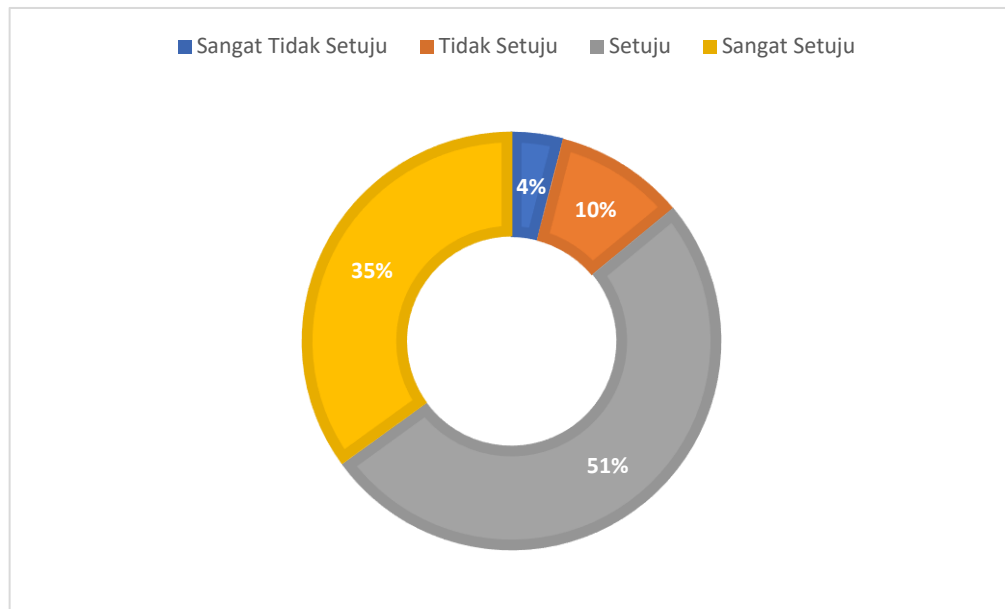


Diagram 3.28. Persentase responden memiliki perencanaan objek wisata yang akan dikunjungi di Wonosobo

Sumber: Pertanyaan Kuesioner Nomor 28

Berdasarkan data diagram yang telah diperoleh di atas, mayoritas responden memberikan setuju (51%). Persentase ini menunjukkan sebagian besar responden memiliki rencana destinasi apa saja yang akan mereka datangi ketika melakukan perjalanan wisata ke Wonosobo.

Dari keseluruhan data yang telah terkumpul, maka terbentuklah kategorisasi variabel minat berkunjung wisatawan ke Wonosobo menjadi 4 klasifikasi, yakni “**sangat rendah**”, “**rendah**”, “**tinggi**” dan “**sangat tinggi**”. Dari beberapa indikator yang ditanyakan melalui kuesioner kepada responden, akan menghasilkan jumlah skor paling tinggi yang bisa diperoleh sebanyak 36 dan skor paling rendah yang dapat diperoleh yaitu 9. Dengan demikian, variasi variabel intensitas mengakses informasi pariwisata dikelompokkan menjadi 4 kategori sebagai berikut:

- a) Sangat Rendah : Jika skor responden di 1 – 9
- b) Rendah : Jika skor responden di 10 – 18
- c) Tinggi : Jika skor responden di 19 – 27
- d) Sangat Tinggi : Jika skor responden di atas 28



Diagram 3.29. Diagram Frekuensi Variabel Minat Berkunjung Wisatawan ke Wonosobo

Sumber: Olahan Peneliti

Dari diagram 3.29., bisa kita pahami apabila mayoritas responden memiliki pendapat jika minat berkunjung wisatawan ke Wonosobo berada dalam kategori “**sangat tinggi**” (66%). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa responden memiliki sangat berminat untuk melakukan kunjungan wisata ke Wonosobo.