

ABSTRAK

RINA PUTRI DAYANTI. NIM 2019110034. Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram Terhadap Minat Berkunjung Di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta Selatan. Di bawah bimbingan Ibu Annisa Retno Utami,SE, MSM.

Teknologi yang terus berkembang semakin memudahkan pengguna internet dalam proses pemasaran dalam interaksi antar pengguna. Media sosial menjadi sarana yang efektif sebagai promosi bisnis karena dapat diakses oleh semua orang dan dapat menjangkau jaring iklan yang lebih luas, salah satunya pada akun Instagram @ragunanzoo menggunakan media sosial untuk melakukan berbagai promosi serta informasi mengenai jumlah wisatawan, satwa dan aktivitas di Taman Margasatwa Ragunan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana promosi media sosial Instagram pada Taman Margasatwa Ragunan, untuk mengetahui bagaimana minat berkunjung pada Taman Margasatwa Ragunan, dan untuk mengetahui pengaruh promosi media sosial instagram terhadap minat berkunjung di Taman Margasatwa Ragunan. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif dan regresi linear sederhana untuk menjawab tujuan penelitian. Sampel pada penelitian ini sebanyak 100 responden dan menggunakan teknik *non-probability sampling*. Hasil penelitian analisis deskriptif pada variabel Promosi Media Sosial (X) indikator tertinggi rata-rata sebesar 4,20 mengenai pesan yang disampaikan admin Instagram mudah dipahami, sedangkan indikator terendah dengan rata-rata 3,94 mengenai *followers* tidak selalu menanggapi postingan dengan *like*. Hasil penelitian analisis deskriptif pada variabel Minat Berkunjung (Y) dengan indikator tertinggi sebesar 4,29 mengenai keinginan berkunjung karena beragam satwa, sedangkan nilai terendah sebesar 4,06 mengenai memilih ragunan sebagai tujuan liburan keluarga. Hasil uji regresi linear sederhana nilai Sig t (0.000) < α (0,05), koefisien determinasi (R-squared) sebesar 0,478 atau 47,8%, selebihnya dipengaruhi faktor lain seperti harga, lokasi, dan daya tarik wisata. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh t hitung sebesar 9,479 sedangkan t tabel sebesar 1,660, sehingga t hitung > t tabel atau 9,479 > 1,660. Dapat disimpulkan bahwa promosi media sosial Instagram berpengaruh terhadap minat berkunjung Taman Margasatwa Ragunan Jakarta Selatan.

Kata Kunci : Promosi, Media Sosial, Instagram, Minat Berkunjung, Ragunan.

ABSTRACT

RINA PUTRI DAYANTI. NIM 2019110034. *The Influence of Instagram Social Media Promotion on Interest in Visiting Taman Margasatwa Ragunan, South Jakarta. Under the guidance of Mrs. Annisa Retno Utami, SE, MSM.*

Technology that continues to develop makes it easier for internet users in the marketing process in interaction between users. Social media is an effective means of business promotion because it is accessible to everyone and can reach a wider advertising network, one of which is on the Instagram account @ragunanzoo using social media to share promotions and information on the number of tourists, animals and activities at Ragunan Wildlife Park. The purpose of this study was to find out how Instagram social media promotion is at Ragunan Wildlife Park, to find out how the interest in visiting Ragunan Wildlife Park is, and to find out the influence of Instagram social media promotion on visiting interest at Ragunan Wildlife Park. This study uses a quantitative descriptive analysis method and simple linear regression to answer the research objectives. The sample in this study was 100 respondents and used a non-probability sampling technique. The results of the descriptive analysis study on the Social Media Promotion (X) variable, the highest indicator is an average of 4.20 about messages conveyed by Instagram admins that are easy to understand, while the lowest indicator with an average of 3.94 is about followers not always responding to posts with likes. The results of the descriptive analysis study of the variable Interest in Visiting (Y) with the highest indicator being 4.29 related to the desire to visit because of the diversity of animals, while the lowest value being 4.06 was related to doubts about choosing a family vacation destination. The results of a simple linear regression test obtained Sig t (0.000) < α (0.05), the coefficient of determination (R-squared) was 0.478 or 47.8%, the rest was influenced by other factors such as price, location and tourist attraction. . Based on the calculation results, the t count is 9.479 while the t table is 1.660 so that t count > t table or 9.479 > 1.660. It can be concluded that Instagram social media promotion influences interest in visiting Ragunan Wildlife Park, South Jakarta.

Keywords : *Promotion, Social Media, Instagram, Interest in Visiting, Ragunan.*