



The Influence Of Uploading Natural Tourism Photos On Google Maps On Visiting Behavior Of Domestic Tourists Mangrove Forest

Pengaruh Unggah An Foto Wisata Alam Pada Google Maps Terhadap Perilaku Berkunjung Wisatawan Domestik Hutan Mangrove

Yora Herlina¹⁾, Sri Narti²⁾, Indria³⁾

^{1,2,3)} Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu-Ilmu Sosial, Universitas Dehasen Bengkulu
Email: ¹⁾ yoraherlina@gmail.com

How to Cite :

Herlina, Y., Narti, S., Indria (2021). The Influence Of Uploading Natural Tourism Photos On Google Maps On Visiting Behavior Of Domestic Tourists Mangrove Forest. *SENGKUNI Journal – Social Sciences and Humanities*, 3 (1). DOI: <https://doi.org/10.37638/sengkuni.3.1.33-40>

ARTICLE HISTORY

Received [15 Maret 2022]

Revised [26 Maret 2022]

Accepted [5 April 2022]

KEYWORDS

Influence, Upload Nature Tourism Photos, Visiting Behavior...

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Unggahan Foto Wisata Mangrove Kampung Sejahtera Pada Google Maps Terhadap Perilaku Berkunjung Wisatawan Domestik menggunakan penelitian kuantitatif. Pengumpulan data yang digunakan yaitu metode kuisioner dengan menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel bebas (X) Unggahan Foto, variabel terikat (Y) Perilaku Berkunjung, akan dihitung menggunakan SPSS 21.0. Hasil penelitian ini bahwa Unggahan foto wisata mangrove Kampung Sejahtera di Pulau Baai Kota Bengkulu pada Google Maps berpengaruh terhadap perilaku berkunjung wisatawan domestik, hal ini berdasarkan hasil uji validitas yang diperoleh r -hitung > r -tabel. Maka semua data item pertanyaan dalam penelitian ini valid. Nilai dari korelasi (r hitung) sebesar 0,728, nilai tersebut lebih besar dari r tabel (0,334), artinya antara variabel X (unggah foto) terhadap variabel Y (perilaku berkunjung) mempunyai hubungan yang positif dan kuat karena mempunyai arti bahwa semakin tinggi unggahan foto maka akan semakin tinggi tingkat perilaku berkunjung dan dapat diketahui nilai koefisien determinasi yang diperoleh yaitu sebesar 0,530. Hal ini berarti unggahan foto mempengaruhi perilaku berkunjung sebesar 53,0% sedangkan sisanya sebesar 47% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

ABSTRACT

The purpose of this research is to find out the influence of uploading natural tourism photos on google maps on visiting behavior of domestic tourists by using quantitative research. Data are collected by using a questionnaire and spread that to respondents. In this research, there are two variables, free variable (x) photo upload, bound variable (Y) visiting behavior, and calculated by using SPSS 21.0. this research shows that photo upload influences the visiting behavior and from validity test, r count > r table. This means all questions item in this research is valid. The correlation of r count is 0,728 and higher than r table, 0,334 means between X variable toward Y variable has positive and strong correlation means the higher number of uploads, visiting behavior will increase and can be obtained that the coefficient determination value which obtained is 0,530. It means the photo upload influence the visiting behavior for 53% while the rest 47% is influenced by other factors which are not to be researched in this research...

PENDAHULUAN

Indonesia salah satu negara yang memiliki banyak potensi alam baik di daratan maupun di lautan. Keanekaragaman alam, flora, fauna dan, karya cipta manusia yang memiliki nilai jual untuk dikembangkan menjadi sebuah usaha di bidang kepariwisataan. Indonesia sebagai negara maritim memiliki potensi perairan yang sangat melimpah. Kondisi tanah yang subur menjadikan Indonesia sebagai pusat perhatian kelompok manusia untuk menetap dan mengembangkan usahanya masing-masing, sedangkan potensi perairan yang berupa lautan dan pantai merupakan salah satu obyek wisata yang banyak digemari oleh wisatawan. Hal ini dikarenakan Indonesia merupakan negara tropis yang memiliki air laut yang jernih yang dapat dimanfaatkan sebagai kegiatan di bidang pariwisata.

Data ini dikemukakan oleh Direktur Bina Pengelolaan Kawasan Ekosistem Esensial, Antung Deddy Radiansyah pada komunikasi publik, bahwa Indonesia memiliki ekosistem mangrove terluas di dunia serta memiliki keanekaragaman hayati yang paling tinggi. Beberapa keunggulan-keunggulan hutan mangrove menjadikan hutan mangrove sebagai objek wisata yang berbeda salah satunya karena

karakteristik hutan yang berada di di dua alam yaitu darat dan air laut. Salah satunya seperti hutan mangrove yang berada di Kota Bengkulu.

Masyarakat Provinsi Bengkulu mulai menyadari potensi terbesarnya sebagai daerah yang berada di kawasan pesisir. Ada potensi lain di tepi laut yang belum terjamah yaitu hutan mangrove. Ada beberapa objek wisata yang ada di Kota Bengkulu seperti pantai panjang, pantai zakat dan wisata mangrove Kampung Sejahtera di Pulau Baai Kota Bengkulu.

Melalui internet dan media sosial seperti google maps wisata mangrove saat ini sedang ramai diperbincangkan dan membuat wisatawan sangat tertarik untuk melihatnya langsung. Dari hasil wawancara dengan beberapa warga dan juga pedagang disekitar, bahwasannya wisata mangrove ini sangat ramai di datangi wisatawan apalagi di hari libur, pengunjungpun dihari libur bisa datang kesana mencapai 90 orang dengan anggota keluarga mereka. Wisatawan yang berkunjung untuk menikmati keindahan serta spot-spot foto yang ada disana yang nantinya akan mereka posting melalui internet atau diperlihatkan kepada teman agar makin banyak yg tertarik kesana.

Objek wisata mangrove saat ini adalah salah satu destinasi wisata di Bengkulu yang sangat menarik perhatian para traveler baik yang ingin sekedar melepas kejenuhan di tepi laut maupun yang ingin benar-benar merasakan sensasi menelusuri hutan mangrove yang mana sekarang sungguh menjadi pemikat, khususnya bagi anak muda pemburu konten media sosial. Beberapa Pengguna situs media sosial saat ini telah mengalami kemajuan yang pesat di seluruh belahan dunia, yakni salah satunya termasuk di Indonesia. Media sosial mendominasi konten internet sebagai yang paling sering diakses oleh masyarakat Indonesia. Tercatat 97,4 persen orang Indonesia mengakses akun media sosial (Sugiharto, 2016). Salah satu wisata mangrove yang ramai di media sosial yaitu Wisata Hutan Mangrove Kampung Sejahtera di Pulau Baai Kota Bengkulu dengan unggahan media sosial yaitu pada Google Maps.

Berdasarkan jurnal penelitian Muhammad Rustam, 2017 Internet memberikan banyak kemudahan dalam berkomunikasi dengan banyak orang dan waktu yang singkat. Pesan yang di sampaikan tidak hanya berupa pesan verbal, namun dapat foto dan video. Adanya media sosial setiap orang mampu berinteraksi dan menyampaikan pesan yang berupa foto dan video dengan mudahnya. Hal inilah yang membuat banyak orang melakukan interaksi dengan media sosial. Setiap pesan yang diunggah di media sosial baik berupa foto maupun video dapat disaksikan banyak orang. Dan inilah yang membuat sebuah foto maupun video dapat menjadi sebuah informasi bagi setiap orang yang melihatnya seperti unggahan foto wisata mangrove Kampung Sejahtera yang diunggah di media sosial, disadari maupun tidak foto tersebut mampu memberikan informasi, menimbulkan daya tarik hingga pada tahap tindakan pada orang yang melihatnya. Pada fenomena ini foto berfungsi sebagai media yang menjembatani antara calon wisatawan dan tempat wisata yang diunggah di media sosial. Sehingga dalam penelitian ini penulis ingin mencari bagaimana Pengaruh Unggahan Foto Wisata Alam Pada Media Sosial Terhadap Perilaku Berkunjung wisatawan Domestik.

LANDASAN TEORI

Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara online yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu. media sosial menghapus batasan-batasan manusia untuk bersosialisasi, batasan ruang maupun waktu, dengan media sosial ini manusia dimungkinkan untuk berkomunikasi satu sama lain dimanapun mereka berada dan kapanpun, tidak peduli seberapa jauh jarak mereka, dan tidak peduli siang atau pun malam. Sosial media memiliki dampak besar pada kehidupan kita saat ini yang mana media sosial makin berkembang dalam penyebaran informasi. Dahulu teknologi media dapat menyampaikan pesan ke jutaan orang dengan efisien, seperti melalui televisi atau surat kabar. Kelemahannya, dalam menyampaikan pesan kepada jutaan orang, diperlukan biaya yang besar pula dan belum tentu terarah pada target yang diinginkan. Para pengguna media juga menjadi pihak yang pasif dengan hanya menerima semua informasi yang diberikan tanpa dapat memilih. Namun di era sekarang, penyampaian pesan menjadi lebih berkembang. Kemudahan dalam mengakses internet membuat informasi dapat tersebar dengan luas dan cepat ke jutaan pengguna internet. Dalam menyebarkan pesan juga tidak perlu menggunakan biaya yang mahal. Kemudahan ini ditambah pula dengan keunggulan internet yang dapat memberikan beragam informasi ke tiap-tiap penggunanya secara khusus. Para pengguna pun dapat dengan aktif hanya mengakses informasi yang mereka inginkan. Inilah kelebihan internet dibandingkan media promosi lainnya. Keunggulan internet ini kemudian dapat dimaksimalkan kembali dengan penggunaan media sosial yang interaktif karena dengan penggunaannya yang interaktif inilah maka promosi dapat menjadi lebih efektif lagi. Media sosial ini adalah penyebaran informasi lewat mulut ke mulut dalam bentuk digital.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan media sosial yaitu Google Maps untuk mengetahui seberapa besar pengaruh unggahan foto wisata alam pada Google Maps.

Google Maps

Google Maps adalah data ataupun dokumen yang dimiliki oleh aplikasi tersebut. Berdasarkan gabungan dari data satelit air yang ada juga street-level. Google Maps memiliki lebih dari 20 petabyte data yang setara dengan 21 juta Gigabyte ataupun 20.500 terabyte. Di mana data ini bukan hal yang main-main untuk sebuah aplikasi ataupun server. Sehingga Google Maps dengan bobot yang cukup besar mampu menyimpan sangat banyak data dan juga penampang sebuah daerah dengan mendetail. Para pemilik satelit dapat menyamakan beberapa area pribadi sebelum gambar dari satelit tersebut diterima oleh Google. Pemerintah juga dapat memberikan petisi kepada para pemilik satelit untuk menyamakan area geografis yang dianggap Sensitif, atau tidak boleh dilihat oleh masyarakat umum. Mengingat Google Maps sendiri dapat diakses oleh siapapun dan juga kapanpun. Umumnya beberapa daerah ataupun negara yang memiliki area tidak terbuka dan juga tidak boleh diekspos. Beberapa negara juga memiliki perjanjian dengan Google dan juga pengajuan. Sehingga nantinya Google akan menyamakan area tersebut atau tidak memperlihatkan secara jelas. Umumnya Google hanya menampilkan sebuah areal ataupun bidang tanah yang terlihat samar atau terlihat dari kamera kejauhan.

Google kembali menyalurkan fitur baru aplikasi navigasi buatannya, Maps. Yang terbaru, startup asal Mountain View, California, Amerika Serikat tersebut menghadirkan fitur bernama "Community Feed" yang fungsinya mirip dengan media sosial. Community Feed memungkinkan pengguna mengikuti (follow) para pemilik bisnis, serta pengulas (reviewer) restoran atau tempat yang berkontribusi di platform Maps. Tak cuma itu, pengguna juga bisa melihat dan menyukai (like) sederet unggahan atau beragam foto teranyar dari orang yang mereka ikuti dalam satu tampilan dengan hanya mengusap layar. Unggahan yang ditampilkan di Community Feed bisa berupa ulasan sebuah tempat, promo dari pemilik bisnis, menu baru dari sebuah restoran, toko terdekat yang baru buka, dan lain sebagainya. Menurut Google, berbagai posting ini bakal disesuaikan dengan minat dan ketertarikan pengguna, sehingga akan tetap relevan. Misalnya, apabila pengguna doyan mencari restoran dan tempat wisata, maka mereka bakal direkomendasikan dengan beragam posting yang terkait dengan, baik itu restoran, menu baru, tempat wisata, ulasan, dan sebagainya. Selain bertujuan untuk mempermudah pengguna, fitur Community Feed ini juga dihadirkan demi membantu para pemilik bisnis untuk berkembang dan membantu tempat wisata didatangi oleh lebih banyak pelanggan dan wisatawan. Berdasarkan uji coba tahap awal, kehadiran Community Feed diklaim terbukti mampu untuk meningkatkan awareness atas suatu postingan yang diunggah oleh pemilik bisnis dan tempat wisata hingga dua kali lipat.

Teori Perilaku Terencana

Teori Perilaku Terencana atau TPB (Theory of Planned Behavior) merupakan pengembangan lebih lanjut dari Teori Perilaku Beralasan (Theory of Reasoned Action) TPB merupakan kerangka berpikir konseptual yang bertujuan untuk menjelaskan determinan perilaku tertentu. Menurut Ajzen (1991), faktor sentral dari perilaku individu adalah bahwa perilaku itu dipengaruhi oleh niat individu (behavior intention) terhadap perilaku tertentu tersebut. Niat untuk berperilaku dipengaruhi oleh tiga komponen yaitu :

1. Sikap (attitude),
2. Norma subjektif (subjective norm)
3. Persepsi kontrol berperilaku (perceived behavior control).

Seseorang dapat saja memiliki berbagai macam keyakinan terhadap suatu perilaku, namun ketika dihadapkan pada suatu kejadian tertentu, hanya sedikit dari keyakinan tersebut yang timbul untuk mempengaruhi perilaku. Sedikit keyakinan inilah yang menonjol dalam mempengaruhi perilaku individu (Ajzen 1991). Keyakinan yang menonjol ini dapat dibedakan menjadi pertama, behavior belief yaitu keyakinan individu akan hasil suatu perilaku dan evaluasi atas hasil tersebut. Behavior belief akan mempengaruhi sikap terhadap perilaku (attitude toward behavior). Kedua adalah normative belief yaitu keyakinan individu terhadap harapan normatif orang lain yang menjadi rujukannya seperti keluarga, teman dan konsultan 2 pajak, serta motivasi untuk mencapai harapan tersebut. Harapan normatif ini membentuk variabel norma subjektif (subjective norm) atas suatu perilaku. Ketiga adalah control belief yaitu keyakinan individu tentang keberadaan hal-hal yang mendukung atau menghambat perilakunya dan persepsinya tentang seberapa kuat hal-hal tersebut mempengaruhi perilakunya. Control belief membentuk variabel persepsi kontrol berperilaku (perceived behavior control). Dalam TPB, sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol berperilaku ditentukan melalui keyakinan-keyakinan utama. Determinan suatu perilaku merupakan hasil dari penilaian keyakinan-keyakinan dari individu, baik sebagai secara positif maupun negatif. Teori Perilaku Terencana atau TPB (Theory of Planned Behavior) didasarkan pada asumsi bahwa manusia adalah makhluk yang rasional dan menggunakan informasi-informasi yang mungkin baginya secara sistematis (Achmat, 2010). Orang memikirkan implikasi dari

tindakan mereka sebelum mereka memutuskan untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku-perilaku tertentu.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang menggunakan analisis statistik, bertujuan untuk mendeskripsikan, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifa-sifat hubungan antar fenomena yang disusun dengan data kuantitatif serta membuat ketetapan pengukurannya dengan menggunakan metode statistic sebagai alat ukurnya (singarimbun dan effendit, 2001:5).

Penelitian ini menggunakan metode survey, penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuisioner sebagai alat untuk pengumpulan data yang pokok (Singarimbun, dan Effendi 2001:3). Metode survey yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk eksplanas (couse-effect) yaitu menguji hipotesa yang telah dirumuskan sebelumnya. Penggunaan kuisioner yang disebarakan langsung oleh penulis kepada responden, dalam hal ini adalah wisatawan yang berkunjung pada wisata mangrove Kampung Sejahtera di Pulau Baai Kota Bengkulu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji reliabilitas dilakukan untuk melihat andal tidaknya suatu alat ukur, dengan menggunakan pendekatan secara statistic, yaitu melalui koefisien reliabilitas dan apabila koefisien reliabilitasnya lebih besar dari ($>$) 0,60 maka secara keseluruhan pernyataan tersebut andal (reliable). Hasil uji reliabilitas data dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas Data Penelitian

o	Variabel	Nilai <i>Alpha Cronbach</i>	Keteranga n
	Unggahan Foto (X)	0,664	Reliabel
	Prilaku Berkunjung (Y)	0,677	Reliabel

Sumber : Output SPSS Versi 25.0, 2021

Berdasarkan hasil reliabilitas data sebagaimana ditunjukkan pada Tabel di atas diketahui bahwa variabel Unggahan Foto (X) sebesar 0,664 dan variabel Prilaku Berkunjung (Y) sebesar 0,677, seluruh koefisien *Alpha Cronbach* variabel penelitian lebih besar dari nilai 0,60, yang berarti bahwa seluruh data penelitian adalah reliabel (andal).

Uji Hipotesis

Untuk mengetahui apakah ada pengaruh variabel X (unggahahan foto) terhadap variabel Y (perilaku berkunjung) maka digunakan uji regresi linier sederhana. Hasil uji regresi linier sederhana antara variabel X dan Y dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 2 Hasil Perhitungan Regresi Linier Sederhana
Coefficients^a**

Model	Unstanda rdized Coefficients		Standa rdized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1 9,022	8 ,429		2 ,257	,031
Unggahan Foto	1, 326	, 221	,728	6 ,013	,000

a. Dependent Variable: Perilaku Berkunjung

Sumber: Data diolah, 2021

Dari tabel 2 dapat diketahui persamaan regresi sederhana yaitu $Y = 19,022 + 1,326 X$. hasil persamaan regresi ini mempunyai makna nilai konstanta 19,022 mempunyai arti bahwa apabila variabel unggahan foto (X) dianggap tetap maka variabel perilaku berkunjung (Y) akan tetap sebesar 19,022. Nilai koefisien regresi variabel X (unggahannya foto) sebesar 1,326 berarti bahwa apabila variabel X (unggahannya foto) mengalami kenaikan sebesar satu satuan maka Y (perilaku berkunjung) akan mengalami kenaikan sebesar 1,326 satuan.

Berdasarkan hasil regresi linier sederhana di atas diperoleh nilai t hitung = 6,013 yang berarti lebih besar dari t tabel, untuk $df = 34 - 2 = 32$ dan $\alpha = 0,05$ diperoleh t tabel = 2,037 atau t hitung (6,013) > t tabel (2,037) yang berarti dapat dikatakan bahwa adanya pengaruh signifikan positif unggahan foto terhadap perilaku berkunjung.

Analisis Koefisien Korelasi Sederhana

Untuk melihat besarnya hubungan antara unggahan foto dengan perilaku berkunjung maka digunakan korelasi sederhana. Koefisien korelasi sederhana digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang diberikan oleh variabel X (unggahannya foto) terhadap Y (perilaku berkunjung). Adapun hasil dari analisis koefisien korelasi sederhana seperti pada tabel berikut :

Tabel 3 Hasil Perhitungan Korelasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,728 ^a	,530	,516	2,323

a. Predictors: (Constant), Unggahan Foto

Sumber: Data diolah, 2021

Keterangan :

- 0,000-0,199 : Sangat Rendah
- 0,200-0,399 : Rendah
- 0,400-0,599 : Sedang
- 0,600-0,799 : Kuat
- 0,800-1,000 : Sangat Kuat

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai korelasi (r hitung) sebesar 0,728, nilai tersebut lebih besar dari r tabel (0,334), artinya antara variabel X (unggahannya foto) terhadap variabel Y (perilaku berkunjung) mempunyai hubungan yang positif dan kuat karena terletak pada interval 0,600-0,799 yang mempunyai arti bahwa semakin tinggi unggahan foto maka akan semakin tinggi tingkat perilaku berkunjung.

Berdasarkan tabel di atas juga dapat diketahui nilai koefisien determinasi yang diperoleh yaitu sebesar 0,530. Hal ini berarti unggahan foto mempengaruhi perilaku berkunjung sebesar $0,530 \times 100\% = 53,0\%$ sedangkan sisanya sebesar 47% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Penelitian dilakukan terhadap 34 responden dan dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin dan usia. Hasil dari kuisioner yang dibagikan melalui email terhadap responden yang memberikan ulasan serta unggahan foto pada google maps yaitu 17 orang laki-laki dan 17 orang perempuan dengan umur 17-25 tahun berjumlah 14 orang, 26-45 tahun berjumlah 19 orang, 46-65 tahun berjumlah 1 orang. Mengenai pengaruh unggahan foto wisata alam pada media sosial berupa google maps terhadap perilaku berkunjung wisatawan domestik. Media sosial sendiri adalah sebuah media untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara online, saling bertukar informasi seperti halnya informasi mengenai unggahan foto dan ulasan terhadap wisata mangrove Kampung Sejahtera di Pulau Baai Kota Bengkulu yang di bagikan pada google maps agar wisatawan lain yang ingin berkunjung bisa melihatnya.

Berdasarkan salah satu manfaat dari media sosial itu sendiri sebagai sarana dokumentasi, administrasi dan integrasi. Berbagai aplikasi media sosial pada dasarnya merupakan gudang dan dokumentasi beragam konten, dari yang berupa profil, informasi, reportase kejadian, rekaman peristiwa, dan lain-lain. Ketika peneliti melihat unggahan responden pada media sosial yang berarti responden memanfaatkan media sosial untuk menuliskan ulasan mereka yang berada pada google maps.

Seperti yang kita ketahui google maps biasanya akan mengarahkan pencarian seseorang berdasarkan minat atau apa yang mereka sukai, hal ini juga yang peneliti temui pada saat responden

mencari referensi atau tempat wisata yang menarik dan belum pernah mereka kunjungi, google maps mengarahkan mereka untuk melihat pesan ulasan mengenai wisata mangrove Kampung Sejahtera di Pulau Baai Kota Bengkulu. Setelah mereka melihat ulasan terjadi suatu proses dalam diri responden sebelum mereka memutuskan untuk berkunjung.

Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu, variabel Unggahan Foto (X), dan variabel Perilaku Berkunjung (Y). Didapatkan adanya keterkaitan antara variabel Unggahan Foto (X) dengan teori SOR yang digunakan oleh peneliti. Teori S-O-R dalam model komunikasi ini lebih kepada pesan yang disampaikan mampu menumbuhkan motivasi, menumbuhkan gairah kepada komunikan sehingga komunikan cepat menerima pesan yang diterima dan selanjutnya terjadi perubahan sikap perilaku. Menjelaskan unsur penting dalam teori SOR sendiri terdapat S (stimulus) yakni pesan, didalam penelitian ini stimulus yang dimaksud adalah unggahan dari wisatawan yang pernah berkunjung pada wisata mangrove Kampung Sejahtera di Pulau Baai Kota Bengkulu berupa ulasan dan foto pada google maps, selanjutnya pada teori SOR terdapat O (organisme) yakni komunikan yang berupa wisatawan yang berkunjung dan memberikan ulasan pada google maps dan yang terakhir R (respon) yakni efek yang merupakan efek dari unggahan yang ada pada google maps. Unggahan atau ulasan yang ada tersebut dapat diterima dan ditolak oleh responden, namun berdasarkan teori SOR terjadi beberapa perubahan yaitu :

1. Perubahan kognitif ialah perubahan yang mengakibatkan khalayak berubah dalam hal pengetahuan, pandangan, pendapat terhadap sesuatu yang diperolehnya, efek ini terjadi pada mereka ketika melihat, membaca, mendengar pesan komunikasi yang disampaikan. Dalam penelitian ini perubahan kognitif yang dimaksud yaitu responden berubah dalam hal pengetahuan mengenai informasi yang didapat akan wisata mangrove Kampung Sejahtera di Pulau Baai Kota Bengkulu ketika responden membaca ulasan dan melihat unggahan foto yang dibagikan wisatawan pada google maps seperti pengetahuan mengenai jarak tempuh, biaya yang dibutuhkan untuk kelokasi wisata mangrove Kampung sejahtera di Pulau Baai Kota Bengkulu melalui google maps.
2. Perubahan afektif ialah pengaruh yang berhubungan dengan sikap kita terhadap sesuatu. Efek ini berhubungan dengan pribadi masing-masing orang, karena setiap orang mendapatkan sikap yang beda ketika mendapatkan pesan/stimulus. Dalam penelitian ini perubahan sikap yang dimaksud yaitu pendapat dari responden untuk setuju mengunjungi wisata mangrove Kampung Sejahtera di Pulau Baai Kota Bengkulu setelah melihat unggahan foto dan ulasan pada wisata mangrove Kampung Sejahtera.
3. Perubahan behavioral yaitu efek yang berhubungan dengan perilaku nyata yang meliputi tindakan atau sikap yang diperoleh. Pengaruh ini pada akhirnya akan mengakibatkan orang mengambil keputusan untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu yang mempengaruhi perilaku responden. Dalam penelitian ini terdapat sikap tertarik responden setelah melihat dan membaca ulasan tentang unggahan foto wisata mangrove Kampung Sejahtera di Pulau Baai Kota Bengkulu, terdapat rasa ingin berwisata pada wisata mangrove Kampung Sejahtera di Pulau Baai Kota Bengkulu dan mengambil tindakan untuk langsung datang pada wisata mangrove Kampung Sejahtera di Pulau Baai Kota Bengkulu.

Setelah melalui Rangkaian Perubahan sikap berdasarkan teori SOR, unggahan atau ulasan yang ada tersebut dapat diterima dan ditolak oleh responden. Ini berarti responden sudah memasuki teori Perilaku Terencana (TPB). Pada Terori TPB atau Perilaku terencana suatu perilaku merupakan hasil dari penilaian keyakinan— keyakinan dari individu, baik sebagai secara positif maupun negatif. Perilaku terencana adalah perilaku seseorang yang beralasan dipengaruhi oleh niat responden. Seseorang dapat saja memiliki berbagai macam keyakinan terhadap suatu perilaku, namun ketika dihadapkan pada suatu kejadian tertentu maka hanya sedikit dari keyakinan tersebut yang timbul untuk mempengaruhi perilaku. Keyakinan ini dapat dibedakan menjadi tiga keyakinan yaitu :

1. *Behavior belief* yaitu keyakinan individu akan suatu perilaku dan evaluasi atas hasil tersebut yang mana akan mempengaruhi sikap terhadap perilaku. Keyakinan *behavior belief* dalam penelitian ini ialah keyakinan yang timbul terhadap objek wisata Kampung Sejahtera di Pulau Baai Kota Bengkulu yang dilihat responden pada google maps.
2. *Normative Belief* yaitu keyakinan individu terhadap harapan normatif orang lain yang menjadi rujukannya seperti keluarga dan teman serta motivasi untuk mencapai harapan tersebut. Keyakinan *normative belief* dalam penelitian ini yaitu keyakinan responden yang timbul akibat arahan dan saran dari wisatawan yang pernah berkunjung yang dibagikan dalam ulasan pada google maps.
3. *Control Belief* yaitu keyakinan responden tentang keberadaan hal-hal yang mendukung atau menghambat perilakunya. *Control belief* yang timbul dalam penelitian ini yaitu terdapat hal yang menjadi penghambat seperti jarak tempuh yang cukup jauh dari pusat kota tetapi terdapat hal yang mendukung juga seperti keindahan wisata mangrove Kampung Sejahtera di Pulau Baai Kota

Bengkulu dan hal yang mendukung ini menjadikan wisatawan untuk memutuskan berkunjung pada wisata mangrove Kampung Sejahtera di Pulau Baai Kota Bengkulu.

Dari Teori SOR dan Teori perilaku terencana ini terdapat hasil hipotesis (H1) yang berarti benar adanya, bahwa ada pengaruh unggahan foto wisata alam pada google maps terhadap perilaku berkunjung wisatawan domestik. Hal ini dikuatkan oleh data r hitung $>$ r tabel yang terdapat pada data uji validitas (tabel 5.5)

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Unggahan foto pada google maps berpengaruh terhadap perilaku berkunjung wisatawan domestik. Hal ini berdasarkan hasil uji validitas yang diperoleh r -hitung $>$ r -tabel. Maka semua data item pertanyaan dalam penelitian ini valid.
2. Berdasarkan hasil reliabilitas data sebagaimana diketahui bahwa variabel Unggahan Foto (X) sebesar 0,664 dan variabel Prilaku Berkunjung (Y) sebesar 0,677, seluruh koefisien Alpha Cronbach variabel penelitian lebih besar dari nilai 0,60, yang berarti bahwa seluruh data penelitian adalah reliabel (andal).
3. Berdasarkan hasil regresi linier sederhana diperoleh nilai t hitung = 6,013 yang berarti lebih besar dari t tabel, untuk $df = 34-2 = 32$ dan $\alpha = 0,05$ diperoleh t tabel = 2,037 atau t hitung (6,013) $>$ t tabel (2,037) yang berarti dapat dikatakan bahwa adanya pengaruh signifikan positif unggahan foto terhadap perilaku berkunjung.
4. Nilai dari korelasi (r hitung) sebesar 0,728, nilai tersebut lebih besar dari r tabel (0,334), artinya antara variabel X (unggahah foto) terhadap variabel Y (perilaku berkunjung) mempunyai hubungan yang positif dan kuat karena terletak pada interval 0,600-0,799 yang mempunyai arti bahwa semakin tinggi unggahan foto maka akan semakin tinggi tingkat perilaku berkunjung dan dapat diketahui nilai koefisien determinasi yang diperoleh yaitu sebesar 0,530. Hal ini berarti unggahan foto mempengaruhi perilaku berkunjung sebesar $0,530 \times 100\% = 53,0\%$ sedangkan sisanya sebesar 47% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

Saran

1. Untuk google maps alangkah lebih baiknya jika terdapat alamat yang lebih detail untuk lebih memudahkan pengguna menemukan tujuan lokasi dan juga dengan waktu yang lebih singkat dan tepat agar penganapun sampai ketujuan dengan tepat waktu dan benar.
2. Untuk wisatawan yang ingin pergi kesuatu wisata sebaiknya sebelum pergi untuk melihat terlebih dahulu tentang wisata tersebut pada google maps seperti unggahan foto atau ulasan karna fungsi google maps sendiri bukan hanya memberikan rute jalan tapi juga bisa menjadi bahan informasi mengenai lokasi yang ingin kita tuju.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Komala dan Siti Karlinah. 200. Komunikasi Massa , Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Ayu Windani, 2016. Pengaruh Unggahan Foto Wisata Alam Yogyakarta Pada Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Berkunjung. Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Ajzen, I. 1991. The Theory of Planned Behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes.
- Achmat, Zakarija. 2010. Theory of Planned Behavior, Masihkah Relevan. Jurnal Universitas Sumatera Utara.
- Bayu Aji Pamungkas, 2018. Pengaruh Sikap Pada Unggahan Foto Objek Wisata Di Instagram Dan Persepsi Kelompok Referensi Pada Minat Berkunjung. Skripsi Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Shanata Dharma Yogyakarta.
- Effendy, Onong Uchjana. 1993. Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung : PT Citra Aditya Bakti.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. Ilmu, teori dan filsafat komunikasi. Bandung : Citra Aditya Bakti
- Jalaludin, 2003. Psikologi Komunikasi, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Nurudin. 2007. Pengantar Komunikasi Massa. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Nasution. 2003. Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif. Bandung: Tarsito.
- Singarimbun, Masri.,dkk 2008, Metode Penelitian Survei, Jakarta: LP3ES.
- Sugiyono 2015. Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Riyono, Pratikto. 1987. Berbagai Aspek Ilmu Komunikasi. Remaja Karya: Bandung
- Wahyudi, 1986, Media komunikasi massa televisi, Bandung: Alumni