PENGARUH KUALITAS KONTEN TERHADAP KEPUTUSAN BERWISATA *CHANNEL* YOUTUBE BOBO CANTIK

SRI EKOWATI P
Dosen Universitas Persada Indonesia Y.A.I

ABSTRAK

Media sosial yang paling populer saat ini adalah YouTube. Berbagai macam konten telah tersebar luas di YouTube. Sejak maraknya penggunaan YouTube, salah satu yang menarik perhatian peneliti adalah bahwa wisatawan menunjukan ketertarikan di sektor kuliner khususnya mencicipi makanan otentik saat berkunjung ke satu daerah setelah melihat suatu tayangan yang ada pada media sosial. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas konten terhadap minat berwisata kuliner pada *subscribers* YouTube Bobo Cantik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitaif dengan menggunakan Kuisioner dibagikan kepada 100 *subscribers*. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan melalui uji T kualitas konten pada YouTube channel Bobo Cantik memiliki pengaruh terhadap Keputisan berwisata dikalangan subscribers YouTube channel Bobo Cantik.

Kata Kunci : Kualitas Konten, Wisata Kuliner, Youtube Bobo Cantik

PENDAHULUAN

Menurut Hikmat, (2018) media era ini tengah mengalami masa puncaknya adalah media sosial, karena didukung oleh perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat, terutama internet merambah dengan cepat menggunakan media apa pun, termasuk *handphone* menjadi bagian hal yang sangat pribadi. Media sosial adalah media yang digunakan untuk mempublikasikan konten seperti profil, aktivitas, atau bahkan pengguna juga sebagai media yang memberikan ruang interaksi dalam jejaring sosial di ruang siber. Misalnya YouTube, Instagram, Facebook, Twitter, dll. (Nasrulla, 2014).

YouTube merupakan salah satu andalan Google dalam bisnis iklannya. YouTubeyang saat ini berada di posisi ketiga internet dunia, dikunjungi hampir 1 miliar orang hampir setiap bulannya. Jumlah video yang diunggah pun sangat fantastis. Hampir 100 menit video yang diunggah setiap menit. (Setyawan, 2016). YouTube bukan lagi hanya sekedar pengisi waktu luang saat televisi berada diluar jangkauan, namun sudah menjadi bagian hidup manusia saat ini. Konten adalah pokok, tipe, atau unit dari informasi digital. Konten dapat berupa teks, citra, grafis, video, suara, dokumen, laporan-laporan, dan lain-lain. Dengan kata lain, konten adalah semua hal yang dapat dikelola dengan format elektronik. (Simamarta, 2010)

Menurut Sulianta, (2014) kualitas konten akan berpengaruh jika konten tidak menarik, maka sudah tentu pengguna media (dalam hal ini pengguna YouTube) akan segera meninggalkan konten tersebut. Yang membuat konten media sosial menarik adalah bahwa konten ini bersifat sukarela dan diakses berdasarkan permintaan, yang berarti masyarakat memilih untuk mengkonsumsi konten kapan dan di mana mereka menginginkannya.

Media sosial berperan besar dalam pergeseran pemahaman mengenai konten. Di masa lalu, masyarakat mendengarkan dengan penuh perhatian pada tayangan tentang konten oleh media tradisional. Mereka tidak mempunyai pilihan seperti saat ini sebelum media sosial mengubah semuanya. Kini masyarakat memiliki konten yang dihasilkan pengguna dalam jumlah besar yang mereka anggap lebih kredibel dan lebih menarik dibandingkan dengan konten dari media tradisional. Konten-konten yang ada dalam YouTube membantu masyarakat untuk mengetahui informasi yang ingin mereka dapat. (Jamaludin, 2018)

Banyaknya minat masyarakat untuk mencari dan mendapatkan informasi melalui media sosial YouTube, menimbulkan semakin banyak juga keinginan masyarakat untuk membuat dan mengungah konten video diYouTube, salah satunya adalah konten mengenai berwisata. Hal ini kemudian membuat salah satu Youtuberasal Indonesia memproduksi konten mengenai wisata Bobo Cantik memulai membuat akun YouTubepada 4 Maret 2016 dan masih aktif hingga saat ini, memamerkan dan memperkenalkan berbagai wisata dari berbagai destinasi baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Setiap konten video unggahannya ini telah ditonton banyak masyarakat dengan beragam respon *positive* yang ada pada pada setiap videonya. Diharapkan dengan adanya penelitian ini, peneliti tertarik untuk mengukuran seberapa besar pengaruh kualitas konten YouTube Bobo Cantik terhadap Keputusan berwisata kuliner pada *audiens*.

Adapun yang menjadi perumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Seberapa besar pengaruh kualitas konten terhadap minat berwisata *subscribers*YouTube Bobo Cantik. Sedangkan untuk tujuan penelitiannya adalah Untuk mengetahui besaran pengaruh kualitas konten terhadap keputusan berwisata kuliner *subscribers*YouTube Bobo Cantik.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Konten

Menurut Simamarta, (2010) konten adalah pokok, tipe, atau unit dari informasi digital. Konten dapat berupa teks, citra, grafis, video, suara, dokumen, laporan-laporan, dan lain-lain. Dengan kata lain, konten adalah semua hal yang dapat dikelola dengan format elektronik. Konten adalah segala materi yang hendak dibagikan di media sosial. Kualitas konten berbading lurus dengan citra seseorang yang ingin dibangun. Maka itu, konten di media sosial harus tampak memiliki alur dan terutama memiliki isi. Salah satunya adalah dengan memberikan visi (Wesfix, 2017) :

1. Meningkatkan *Awarness,* Membuat konten untuk meningkatkan kesadaran orang akan sifat/kepribadian dari sebuah brand.
2. Menguatkan Kredibilitas, Konten yang menunjukkan bahwa brand anda memiliki prestasi. Menampilkan pencapaian-pencapaian yang telah dilakukan oleh brand.
3. Mengembangkan *Engagement*, Konten yang melibatkan partisipasi pengunaan media sosial, bisa dengan kuis atau ajang berbagi pikiran lainnya.
4. Menghasilkan Penjualan

   Konten yang berisikan product knowledge, berisi keunggulan brand anda dan arahkan pada toko/penjualan online.

Keputusan Pembelian

Menurut Setiadi (2015) adalah proses pengintergrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih prilaku alternatif dan memilih satu diantaranya". Menurut Buchari Alma (2013) keputusan pembelian adalah suatu keputusan yang di pengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, physical evidence, people dan process, sehingga suatu sikap pada konsumen untuk menglah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respons yang muncul produk apa yang akan dibeli. keputusan pembelian merupakan suatu proses dan aktivitas akhir ketika seseorang berhubungan dengan pencarian dan pemilihan produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan.

Youtube

YouTubeadalah situs tempat berbagi video paling populer di dunia, bahkan bisa dikatakan sebagai situs video yang paling sering dan paling banyak dikunjungi oleh pengguna internet. YouTubemerupakan

salah satu andalan Google dalam bisnis iklannya. YouTubeyang saat ini berada di posisi ketiga internet dunia, dikunjungi hampir 1 miliar orang hampir setiap bulannya. Jumlah video yang diunggah pun sangat fantastis. Hampir 100 menit video yang diunggah setiap menit. (Setyawan, 2016)

Menurut Puntoandi (2011), YouTube adalah salah satu situs *content sharing* yang sering dikunjungi oleh khalayak. Melalui *content sharing*, orang-orang menciptakan berbagai media dan memublikasikannya dengan tujuan berbagi kepada orang lain. YouTube menyajikan fasilitas bagi orang-orang yang ingin berbagi video dari YouTube ke website/blog.

Dalam pembuatan konten video di YouTube, penting untuk menentukan *niche*. *Niche* merupakan ceruk pasar dalam dunia marketing, ceruk pasar dalam kaitannya dengan konten YouTubedapat dimengerti sebagai topik maupun tema. Berikut berbagai *niche* yang dapat dijadikan sebagai tema video (Setyawan, 2016): Video *HowTo*, Ulasan Produk, Video Parody, Video Mengerjai Orang, Video Kesehatan dan Olahraga, Video Bermain *Game*, Video Memasak, Video Binatang Peliharaan, Video Perasaan Manusia.

METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan paradigma penelitian konstruvisme dengan pendekatan penelitian kuantitatif, sifat penelitian eksplanatif dan metode penelitian dilakukan secara survey. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah subcriber youtube Bobo Cantik dengan sampel penelitian menggunakan rumus Slovin didapatkan sebanyak 100 orang responden. Teknik pengumpulan data dengan cara Primer melalui kuesioner dan dengan cara sekunder melalui studi pustaka dan dokumentasi. Penelitian ini dilakukan dengan pretest terlebih dahulu sebanyak 30 orang responden dan dilanjutkan dengan penelitian kepada sampel 100 orang responden.

Pretest

Uji Validitas

Berdasarkan hasil olah data menggunakan SPSS untuk variabel X: Kualitas Konten terdapat sejumlah 10 butir pertanyaan kuisioner yang diberikan kepada 30 orang responden saat pretest, didapatkan semua butir pernyataan Valid karena nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel pada taraf signifikansi 0,05 untuk n = 30. Maka dari itu semua butir sebanyak 10 pertanyaan kuisioner yang valid yang akan dibagikan kepada sampel responden.

Berdasarkan hasil olah data menggunakan SPSS untuk variabel Y: Keputusan Berwisata terdapat sejumlah 12 butir pertanyaan kuisioner yang diberikan kepada 30 orang responden saat pretest adalah valid, karena semua nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel pada taraf signifikansi 0,05 untuk n = 30. Maka dari itu seluruh pertanyaan kuisioner pada variabel Y ini akan dibagikan kepada sampel responden.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indikator tingkat keandalan atau kepercayaan terhadap suatu hasil pengukuran. Suatu pengukuran disebut *reliable* atau memiliki keandalan jika konsisten memberikan jawaban yang sama. (Morissan, 2012) Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha (a) > 0,60. (Ghozali, 2006). Berdasarkan hasil perhitungan uji reliabilitas menggunakan SPSS untuk variabel X: Kualitas Konten, diperoleh koefisien reabilitas *Cronbach Alpha* sebesar 0,904. Dengan hasil tersebut, maka dapat dikatakan bahwa variabel tersebut adalah reliabel karena memberikan nilai *Cronbach Alpha* (a) > 0,60. Berdasarkan hasil perhitungan uji reliabilitas menggunakan untuk variabel Y: Keputusan berwisata, diperoleh hasil koefisien reabilitas *Cronbach Alpha* sebesar 0,947. Dengan hasil tersebut, maka dapat dikatakan bahwa variabel tersebut adalah reliabel karena memberikan nilai *Cronbach Alpha* (a) > 0.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Korelasi

Terdapat hubungan antara variabel X dan Y, hal ini dapat dilihat dari nilai Sig yang menunjukkan nilai 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Hubungan antara 2 variabel tersebut adalah hubungan yang positif, yang artinya apabila terdapat peningkatan pada variabel Kualitas Konten maka Keputusan Berwisata juga akan mengalami peningkatan. Nilai koefisien korelasi *Pearson Correlation* sebesar 0,664. Tingkat hubungan antara kedua variabel termasuk dalam korelasi sedang, karena berada dalam interval 0,60-0,799 dengan tingkat hubungan kuat.

Uji Regresi

Adapun persamaan regresi dalam penelitian ini antara lain:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 3{,}777 + 0{,}502X$$

Hasil yang diperoleh bahwa untuk variabel X: Kualitas Konten dianggap konstan, maka nilai variabel Keputusan Berwisata sebesar 3,77 satuan. Apabila nilai

Kualitas Konten meningkat satu-satuan adalah konstan, maka nilai Keputusan Berwisata akan meningkat 0,502 satuan.

Uji T

Nilai t hitung pada variabel X: Kualitas Konten, didapatkan nilai sebesar 2,425 dan nilai sig 0,000 Berdasarkan nilai yang diperolehdari hasil uji olah data SPSS, menunjukkan t hitung > t tabel yang sebesar 1,985 dan nilai sig tersebut lebih kecil dari 0,05 yang bearti variabel kualitas konten mempengaruhi variabel Keputusan berwisata.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Konten Terhadap keputusab Berwisata Kuliner *Subscribers* Bobo Cantik, peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut: Terdapat hubungan yang erat antar variabel X2: kualitas konten terhadap variabel Y keputusan berwisata dan Terdapat pengaruh yang positif berdasarkan hasil uji regresi yang sudah dilakukan oleh peneliti. Jika kualitas konten meningkat akan meningkatkan juga keputusan berwisata *subscribers* YouTube Bobo Cantik . Menyatakan jika Ho di tolak, dan Ha diterima berdasarkan hasil uji T yang telah dilakukan memiliki nilai T hitung sebesar 37,752 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hal ini menjelaskan adanya pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

Saran

Berdasarkan hasl penelitian yang telah dibahas sebelumnya, maka peneliti ingin memberikan saran, yakni Agar konten Ria SW kedepannya semakin dapat mengembangkan konten-konten kreatif wisata kuliner terutama untuk wilayah Indonesia, sehingga para masyarakat yang menonton semakin memiliki rasa nasionalisme dan keinginan yang tinggi untuk pergi berwisata ke dalam negeri sendiri, tidak hanya ke luar negeri. Sehingga diharapkan dapat meningkatkan nilai tambah yang baik bagi masing-masing tempat wisata di wilayah Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Arifin, Johar. 2017. *SPSS 24 Untuk Penelitian dan Skripsi*. Jakarta: Elex Media Komputindo

Bungin, Burhan. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan*

Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya . Jakarta: Kencana.

Endraswara, Suwardi. 2006. *Metode, Teori, Teknik Penelitian Kebudayaan.* Yogyakarta: Pustaka Widyatama.

Eriyanto. 2011. *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Perdana Media Group.

Ghozali, Iman. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Iman. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 20.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Iman. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Indah, Hermin Wahyuni. 2013. *Kebijakan Media Baru di Indonesia*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.

Puntoadi, Danis. 2011. *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*. Jakarta: Elex Komputindo.

Setyawan, Denny. 2016. *Rahasia Mendapat Dollar dari Youtube*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Simarmata, Janner. 2010. *Rekayasa Web*. Yogyakarta: ANDI.

Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual dan SPSS*. Jakarta: Kencana

Sulianta, Feri. 2014. *Teknik Rahasia mendapat 1.000.000 Hits di Google*. Jakarta:Elex Media Komputindo.