

KOMUNIKASI MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN MINAT BERKUNJUNG KE MUSEUM GEOLOGI BANDUNG

Ditulis oleh :

DYAN ANDRIANA FIRDAUS

Pembimbing :

Dr. rer. nat. M. Fani Cahyandito, SE., M.Sc., CSP

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti bagaimana Komunikasi Media Sosial, meneliti bagaimana Minat Berkunjung dan untuk meneliti pengaruh Komunikasi Media Sosial terhadap Minat Berkunjung. Objek penelitian ini adalah Museum Geologi Bandung.

Metode yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif, dengan teknik pengumpulan data yaitu penyebaran kuesioner. Responden dalam penelitian ini berukuran 100 orang yang merupakan pengunjung dari Museum Geologi Bandung, Rancangan analisis menggunakan analisis linear sederhana dan koefisien determinasi, untuk pengujian hipotesis menggunakan uji t.

Secara analisis deskriptif variabel Komunikasi Media Sosial didapatkan angka total sebesar 332,5 dan masuk dalam kategori kurang baik. Sedangkan untuk variabel Minat Berkunjung total analisis deskriptif didapatkan sebesar 364,4 dan masuk dalam kategori baik. Untuk hasil persamaan regresi linear sederhana $Y = 8,815 + 0,404X$. Besarnya pengaruh dari Komunikasi Media Sosial terhadap Minat Berkunjung sebesar 16% sebagaimana ditunjukkan oleh koefisien determinasi, sedangkan sisanya sebesar 84% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Sedangkan uji hipotesis uji-t 4,275 menunjukkan bahwa Komunikasi Media Sosial berpengaruh positif terhadap minat berkunjung.

Kata kunci : Komunikasi Media Sosial, Minat Berkunjung

***SOCIAL MEDIA COMMUNICATION IN INCREASING INTEREST
VISITING MUSEUM GEOLOGI BANDUNG***

Written by :

DYAN ANDRIANA FIRDAUS

Preceptor :

Dr. rer. nat. M. Fani Cahyandito, SE., M.Sc., CSP

ABSTRACK

This purpose of this research is to analyze Social Media Communication, analyze to Interest Visiting and to analyze influence Social Media Communication to interest visiting. The object of this research in the Museum Geologi Bandung.

The method used is descriptive and verification method, with data collection technique that is spreading the questionnaire. Respondent in this analyze that measured 100 people that is the Museum Geologi Bandung. The analysis technique used is simple linear analysis and test of determination, hypothesis test using t-test.

In the descriptive analysis of variable Social Media Communication got the total skors 332,5 and entered in not good category. While for Interest Visiting variable total descriptive analysis obtained for 364,4 and entered in good category. For the result of simple linear regression equation $Y = 8,815 + 0,404X$. The ability of Social Media Communication of Interest Visiting amounted to 16% as indicated by the coefficient of determination. While the remaining 84% is affected by other factors not examined. While the test of hypothesis test-t 4,275 showed that Social Media Communication the positive effect of a Interest in Visiting.

Keywords : Social Media Communication, Interest Visiting