

PENGARUH MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP KUNJUNGAN WISATAWAN PADA KLENTENG SAM POO KONG SEMARANG JAWA TENGAH

Kristinda Putri Setia¹, **Aditha Agung Prakoso**^{2*}, **Lutfi Maulana Hakim**³

^{1,2,3} Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta

Email: kristindaputri@gmail.com, adithaprakoso@stipram.ac.id,
lutfi@stipram.ac.id

Article Info	Abstract
Kata Kunci: Media Sosial Tiktok Kunjungan Wisatawan Diterima: 27 Februari 2025 Disetujui: 28 Februari 2025 Diterbitkan: 27 Februari 2025	Pariwisata di Kota Semarang mengalami perkembangan yang signifikan pada era digital ini, terutama pengaruh media sosial pada keputusan berkunjung. Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media sosial TikTok terhadap kunjungan wisatawan pada Klenteng Sam Poo Kong. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan populasi dan sampel penelitian ini adalah wisatawan yang pernah berkunjung ke Klenteng Sam Poo Kong, untuk menentukan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow menghasilkan 100 sampel. Pada penelitian ini data primer diperoleh dari kuesioner dan dokumentasi dan pada data sekunder diperoleh dari observasi serta diperoleh dari beberapa jurnal dan artikel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel (X) media sosial TikTok berpengaruh terhadap variabel (Y) kunjungan wisatawan dari beberapa uji yang telah dilakukan. Untuk wisata Klenteng Sam Poo Kong perlu melibatkan media sosial yang saat ini sedang populer yaitu TikTok karena dengan aktif di beberapa media sosial tersebut memberi dampak yang baik juga bagi keberlangsungan wisata agar semakin dikenal dan menjadi referensi wisatawan untuk berkunjung melalui media sosial tersebut.

Abstract

Tourism in Semarang City has seen significant growth in the digital era, largely influenced by social media's impact on visitor decision-making. This study aims to investigate how TikTok affects tourist visits to the Sam Poo Kong Temple. A quantitative research methodology was employed for this analysis. The research population consisted of tourists who had visited the Sam Poo Kong Temple, with a sample size of 100 respondents determined using the Lemeshow formula. Data were collected through questionnaires and documentation, while secondary

data were gathered from observations and various journals and articles. The results indicate that the variable (X), which is TikTok social media, positively influences variable (Y), the number of tourist visits. Therefore, it's essential for Sam Poo Kong Temple tourism to leverage popular social media platforms, particularly TikTok. Being active on multiple social media channels enhances the sustainability of the tourism experience, increases recognition, and serves as a valuable reference for prospective visitors.

Keywords: Social Media; Tiktok; Tourist Visit

PENDAHULUAN

Ibukota dari provinsi Jawa Tengah atau Semarang ini akan terus mengalami perkembangan tidak hanya sebagai kota perdagangan namun bisa juga sebagai kota jasa pariwisata. Oleh karena itu, akomodasi atau hotel-hotel di Semarang terus berkembang mulai dari kelas melati hingga kelas berbintang sekalipun. Perkembangan ini akan didukung dengan beberapa fasilitas misalnya transportasi udara seperti Bandara Ahmad Yani, dan juga transportasi darat misalnya Kereta Api dan juga Bus dengan berbagai rute atau jurusan (Rahayu et al., 2024)

The World Heritage merupakan salah satu ikon dari pariwisata kota Semarang yang memberikan pengaruh pada kegiatan kunjungan di Semarang dengan harapan akan menjadi daya tarik wisata dunia. Berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 5 tahun 2015 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kota Semarang. Pemerintah akan melakukan pengembangan pasar wisatawan, pengembangan citra pariwisata, pengembangan kemitraan pemasaran pariwisata dan juga pengembangan promosi pariwisata. Melalui rencana tersebut bisa menjadikan pariwisata di Kota Semarang semakin berkembang pesat dan dikenal oleh masyarakat luas bahkan wisatawan mancanegara yang akan menjadikan kota Semarang sebagai tujuan mereka untuk berkunjung.

Tabel 1. Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Kota Semarang

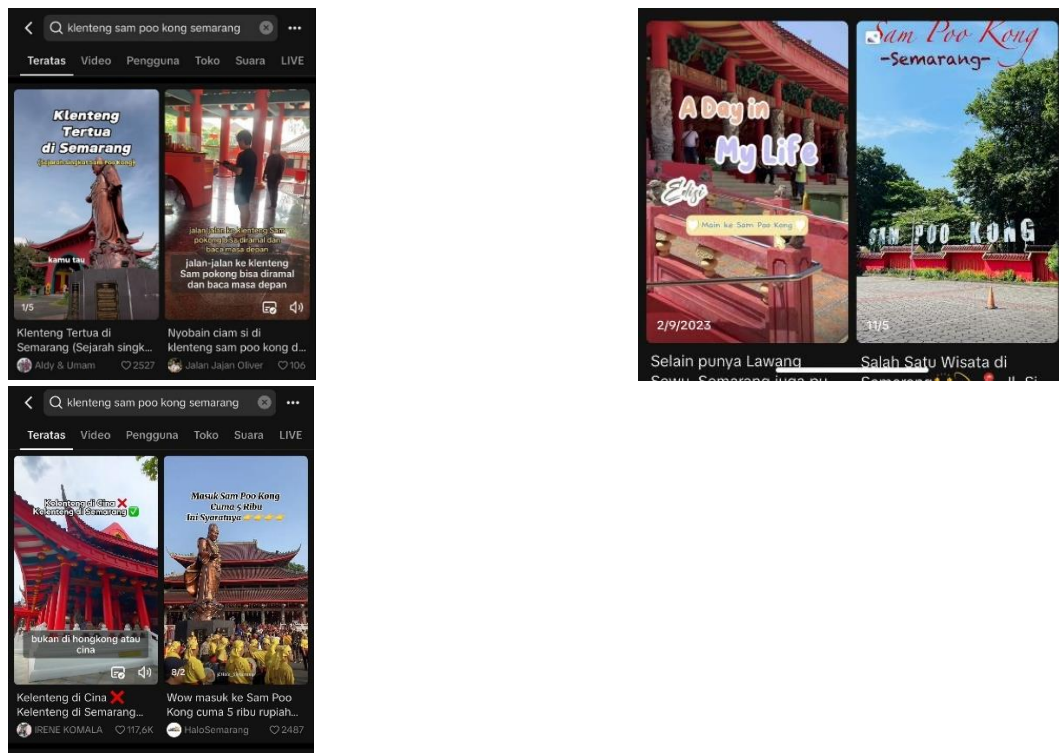
Wisatawan	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Wisatawan Nusantara	7.223.529	3.260.303	2.663.684	5.338.233	6.478.883	7.321.081
Wisatawan Mancanegara	82.030	6.628	77	4.918	13.992	24.296
Total	7.305.559	3.266.931	2.663.761	5.343.151	6.492.875	7.345.377

Sumber: BPS Kota Semarang, 2025

Jumlah Wisatawan Kota Semarang tahun 2021 adalah sebesar 2.663.761 orang yang terdiri dari 2.663.684 wisatawan nusantara dan 77 wisatawan mancanegara. Terjadi penurunan jumlah wisatawan di tahun 2021 baik untuk wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara. Jumlah wisatawan nusantara menurun 18,29 persen dan jumlah wisatawan nusantara menurun 98,83 persen dari tahun 2020 dikarenakan pandemi yang tengah melanda saat itu. Jumlah Wisatawan Kota Semarang tahun 2022

adalah sebesar 5.343.151 orang yang terdiri dari 5.338.233 wisatawan nusantara dan 4.918 wisatawan mancanegara. Terjadi peningkatan jumlah wisatawan di tahun 2022 baik untuk wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara. Jumlah wisatawan nusantara meningkat 100,41% dan jumlah wisatawan nusantara meningkat 6.287,01 persen dari tahun 2021. (Kota Semarang dalam Angka, 2023). Dan juga pada tahun 2024 jumlah keseluruhan selama satu tahun untuk wisatawan nusantara yang datang 7.321.081 sementara wisatawan mancanegara berjumlah 24.296.

Salah satu daya tarik wisata unggulan di Kota Semarang adalah Klenteng Sam Poo Kong (Disbudpar Kota Semarang, 2024). Daya tarik wisata ini termasuk kategori wisata budaya religi, yang merupakan wisata yang menggabungkan unsur budaya dan keagamaan dalam satu pengalaman perjalanan (Prakoso & Hakim, 2025). Dengan adanya era digital ini yang lebih cenderung media sosial menjadi kebutuhan dan masyarakat dunia pastinya sebagian sudah menggunakan media sosial tersebut. Jadi era media sosial mencakup banyak hal yang sangat luas, memiliki peran sangat penting terutama bagi keberlangsungan aktivitas wisata karena dengan adanya media sosial tersebut berpengaruh terhadap suatu tempat semakin dikenal kalangan luas (Ahmad et al., 2023; Cahyani & Safitri, 2024; Nifita & Arisonndha, 2018; Saputra et al., 2024).



Gambar 1. Beberapa FYP Wisata Sam Poo Kong
Sumber : Tiktok, 2024

Klenteng Sam Poo Kong ini juga menampilkan konten media sosial yang saat ini sedang tren di berbagai kalangan yaitu TikTok, aplikasi TikTok sendiri merupakan berbagi video pendek yang dibuat semenarik mungkin dan juga terdapat beberapa tambahan fitur misalnya musik ataupun efek visual. Menjadikan TikTok aplikasi yang populer pada saat ini juga berpengaruh bagi beberapa orang untuk membagikan pengalaman atau kunjungan mereka pada suatu tempat. Berdasarkan studi-studi terdahulu, maka penelitian ini dilakukan untuk membuktikan pengaruh media sosial TikTok terhadap kunjungan wisatawan di Klenteng Sam Poo Kong.

METODE

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah menggunakan metode dengan pengumpulan data dalam penelitian ini mencakup berbagai teknik agar hasilnya dapat diuji. Peneliti menggunakan metode kuantitatif dalam menganalisis dan menghitung data tersebut, dengan faktor (X) sebagai variabel media sosial Tiktok dan faktor (Y) sebagai variabel kunjungan wisatawan. Pengumpulan data

yang akan diuji untuk menjawab pertanyaan terhadap penelitian ini yaitu Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Kunjungan Wisatawan di Klenteng Sam Poo Kong Semarang Jawa Tengah. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan Dokumentasi dan Kuesioner dan pada Data Sekunder dengan melakukan observasi

Populasi dan Sampel Penelitian

Pada penelitian ini populasi yang akan digunakan adalah wisatawan yang berkunjung ke Klenteng Sam Poo Kong. Digunakan sampel dengan menggunakan rumus Lemeshow, perhitungan sampel dengan menggunakan rumus Lemeshow digunakan untuk menghitung jumlah sampel dengan jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti. Dalam menghitung total populasi dengan menggunakan rumus Lemeshow yaitu:

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot (1 - P)}{d^2}$$

Keterangan :

n : Jumlah sampel

Z : Nilai pada kepercayaan 95 % = 1.96

P : *Proporsi populasi Unknown*

d : Tingkat kesalahan

Pada rumus Lemeshow tersebut tingkat kesalahannya 10%

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,1^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,1^2}$$

$$n = 96,04 = 97$$

berdasarkan hasil perhitungan tersebut, maka jumlah sampel yang diperoleh pada penelitian ini yaitu dibulatkan menjadi 100 responden.

Teknik Analisis Data

Uji Validitas

Uji Validitas merupakan uji yang digunakan untuk menentukan dan menguji ketepatan dan ketetapan alat ukur yang

digunakan untuk mengukur sesuatu yang sudah seharusnya untuk diukur (Sugiyono, 2008). Uji Validitas kuesioner bisa dinyatakan valid jika nilai r -hitung lebih besar daripada r -tabel.

Pada uji validitas ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS dengan kriteria sebagai berikut :

1. Jika r hitung $>$ r tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan valid
2. Jika r hitung $<$ r tabel maka pernyataan tersebut tidak valid
3. Nilai r hitung bisa dilihat pada kolom *corrected item total correlation*.

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas pada instrumen penelitian merupakan suatu uji yang digunakan untuk mengetahui apakah kuesioner yang telah digunakan tersebut untuk pengambilan data penelitian bisa dikatakan valid atau tidak (Rosita et al., 2021). Pada uji reliabilitas ini instrumen akan menggunakan *Alpha Cronbach*.

Analisis Linier Sederhana

Analisis Linier Sederhana merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengukur arah hubungan antara dua variabel yang bertujuan untuk mengetahui analisis regresi tersebut. Berikut merupakan rumus yang digunakan :

$$Y = a + b_1X_1 + e \dots\dots\dots$$

Y = Kunjungan Wisatawan

b_1 = Koefisien regresi variabel X_1

X_1 = Media Sosial Tiktok

a = Konstanta

e = *Error*

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas. Pengujian ini bertujuan untuk menentukan apakah nilai residual terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang ideal memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Untuk proses pengambilan keputusan hasil uji bisa dilakukan menggunakan metode *Kolmogorov Smirnov* pada metode tersebut data hasil uji lebih besar dari nilai 0,05 maka data tersebut normal.
2. Uji Heteroskedastisitas. Uji Heteroskedastisitas yang bertujuan untuk menguji pada model regresi apakah terjadi

ketidaksamaan varians dan residual dari satu amatan ke amatan lain tetap, akan disebut Homokedastisitas selanjutnya jika berbeda akan disebut Heteroskedastisitas. Untuk mengidentifikasi ada atau tidaknya Heteroskedastisitas memiliki cara melihat grafik tentang scatterplot dan prediksi variabel dependen dengan residunya.

3. Uji Multikolinearitas. Multikolinearitas adalah kondisi di mana terdapat hubungan linear yang sempurna atau hampir sempurna antara variabel independen dalam model regresi. Sebuah model regresi dianggap mengalami multikolinearitas jika terdapat fungsi linear yang sempurna di antara beberapa atau semua variabel independen dalam fungsi linear tersebut. (Gun Mardiatmoko, 2020)

Analisis Statistik

1. Uji t Statistik Parsial. Pada uji t ini dalam regresi berganda digunakan untuk mengenali apakah model regresi variabel independen media sosial TikTok (X) terhadap variabel dependen kunjungan wisatawan (Y) secara parsial berpengaruh. (Loindong et al., 2023) menjelaskan uji t digunakan untuk melihat bagaimana pengaruh variabel bebas secara individu terhadap variabel terikat. Pada nilai signifikan (Sig.) dan nilai estimasi dengan t tabel adalah dua acuan pengambilan keputusan, ditambah dengan acuan sebagai berikut:
 - a) Berdasarkan nilai tanda (Sig.) untuk kepentingan. Jika probabilitas $< 0,05$ hipotesis diterima atau ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.
 - b) Dan juga jika probabilitas $> 0,05$, hipotesis ditolak atau sama dengan tidak ada hubungan antara variabel independen dan dependen
2. Uji f Statistik Simultan. Uji f ini digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel tentang media sosial TikTok (X) berpengaruh secara bersamaan atau simultan terhadap variabel terikat kunjungan wisatawan (Y). Uji f simultan digunakan untuk menguji apakah terdapat pengaruh pada seluruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen (Audit Delay). Menurut (Ghozali, 2021) uji f digunakan saat dilakukannya pengujian signifikansi variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan

dalam uji f memiliki dua acuan yaitu nilai signifikasi (Sig.) atau nilai probabilitas hasil *output* Anova dan nilai F hitung dengan nilai F tabel, yang menjadi acuan sebagai berikut :

- a) Hipotesis dapat diterima atau berpengaruh berdasarkan pada signifikasi (Sig.) jika $\text{sig.} < 0.05$ maka hipotesis ditolak atau tidak berpengaruh
- b) Hipotesis diterima atau berpengaruh secara simultan jika nilai $f > f$ tabel, bisa ditentukan dengan membandingkan keduanya. Maka hipotesis diterima atau tidak berpengaruh namun jika ditaksir nilai F tabel.

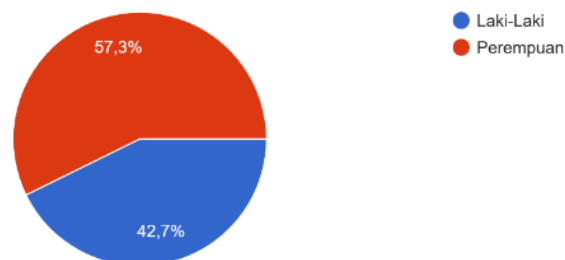
HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Untuk responden yang berkunjung ke Klenteng Sam Poo Kong dikelompokkan menjadi laki-laki dan perempuan.

Jenis Kelamin
103 jawaban



Gambar 2 Diagram untuk Jenis kelamin Responden
Sumber: Olahan Data Penulis, 2025

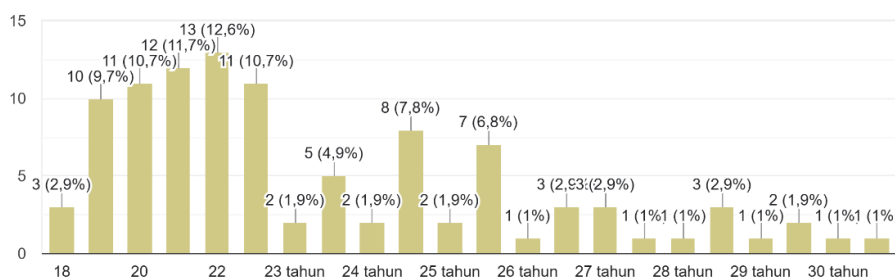
Dari diagram tersebut dapat diketahui bahwa jumlah dari masing-masing kelompok jenis kelamin laki-laki 42,7 % dan perempuan sebanyak 57,3% responden.

2. Responden Berdasarkan Usia

Pada responden pengunjung Klenteng Sam Poo Kong mempunyai karakteristik wisatawan yang beragam berdasarkan usianya. Dari 100 responden diantaranya dari usia 18 tahun hingga 31 tahun.

Usia

103 jawaban



Gambar 3 Diagram untuk Usia Responden

Sumber: Olahan Data penulis, 2025

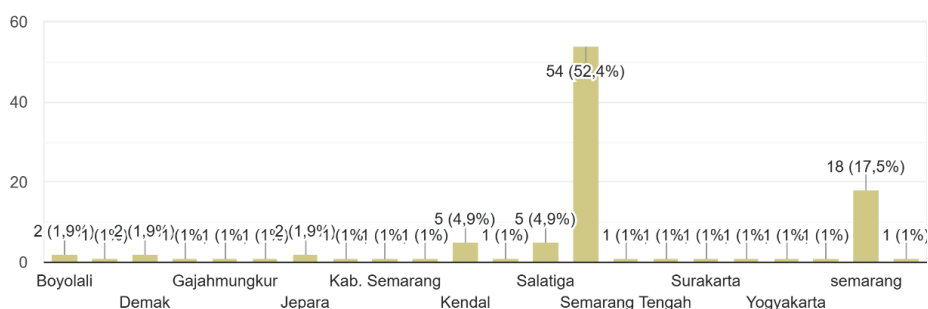
Diketahui dari diagram tersebut rentan usia yang berkunjung ke Klenteng Sam Poo Kong menjadi beragam usia dari hasil presentasi data tersebut.

3. Responden Berdasarkan Domisili

Untuk responden dengan berdasarkan domisili dari 100 responden terdiri dari beberapa daerah dari daerah asal Klenteng Sam Poo Kong sampai daerah-daerah lain juga.

Domisili

103 jawaban



Gambar 4 Diagram untuk domisili responden

Sumber : Olahan Data Penulis, 2025

Untuk domisili responden kebanyakan dari Semarang namun berbagai daerah lain juga banyak mengunjungi Klenteng Sam Poo Kong.

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 2. Uji Validitas

Variabel X (Media Sosial TikTok)					
Indikator	R hitung	R tabel	Sig	α (0,05)	Keterangan

X1	0,581	0,195	0,000	0,05	VALID
X2	0,425	0,195	0,000	0,05	VALID
X3	0,384	0,195	0,000	0,05	VALID
X4	0,482	0,195	0,000	0,05	VALID
X5	0,501	0,195	0,000	0,05	VALID
X6	0,422	0,195	0,000	0,05	VALID
X7	0,614	0,195	0,000	0,05	VALID
X8	0,346	0,195	0,000	0,05	VALID
X9	0,535	0,195	0,000	0,05	VALID
X10	0,462	0,195	0,000	0,05	VALID
Variabel Y (Kunjungan Wisatawan)					
Indikator	R hitung	R tabel	Sig	α (0,05)	Keterangan
Y1	0,445	0,195	0,000	0,05	VALID
Y2	0,394	0,195	0,000	0,05	VALID
Y3	0,389	0,195	0,000	0,05	VALID
Y4	0,761	0,195	0,000	0,05	VALID
Y5	0,356	0,195	0,000	0,05	VALID
Y6	0,327	0,195	0,000	0,05	VALID
Y7	0,350	0,195	0,000	0,05	VALID
Y8	0,368	0,195	0,000	0,05	VALID
Y9	0,678	0,195	0,000	0,05	VALID
Y10	0,458	0,195	0,000	0,05	VALID

Sumber : SPSS Statistic version 27, 2025

Berdasarkan hasil uji validitas menghasilkan mulai dari variabel (X) media sosial Tiktok memiliki (R hitung) > (R tabel) sebesar 0,195 dan variabel (Y) kunjungan wisatawan > (R tabel). Pada uji validitas ini semua variabel menghasilkan R hitung > R tabel, sehingga didapat kesimpulan bahwa hasil uji pada penelitian ini valid.

2. Uji Reliabilitas

Variabel X (Media Sosial Tiktok)

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,621	10

Sumber : SPSS Statistic Version 27, 2025

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel (X) didapatkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,621 > 0,6 . Dapat disimpulkan

berdasarkan hasil nilai yang didapat bahwa instrumen penelitian yang digunakan bersifat reliabel.

Variabel Y (Kunjungan Wisatawan)

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,615	10

Sumber: SPSS Statistic Version 27, 2025

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel (Y) didapatkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar $0,615 > 0,6$. Dapat disimpulkan berdasarkan nilai yang didapat bahwa instrumen penelitian yang digunakan bersifat reliabel.

Analisis Linier Sederhana

Analisis Linier Sederhana merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengukur pengaruh antara dua variabel yaitu variabel (X) media sosial TikTok dan juga variabel (Y) kunjungan wisatawan di Klenteng Sam Poo Kong Semarang Jawa Tengah yang bertujuan untuk mengetahui analisis regresi tersebut dengan menggunakan *Software SPSS (Statistical for Social Science)*.

Tabel 5. Hasil Uji Analisis Linier Sederhana

Coefficients^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	24,118	4,055		0,000
	X	0,318	0,112	0,275	0,006

a. Dependent Variable: Y

Sumber: SPSS Statistic version 27, 2025

Pada data pada tabel 3 menunjukkan hasil bahwa nilai *Constant* (a) sebesar 24,118, sedangkan pada nilai koefisien regresi variabel (X) Media Sosial TikTok (b1) sebesar 0,318 maka dapat dirumuskan persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = 24,118 + 0,318 (X)$$

Koefisien konstanta senilai 24.118, menunjukkan adanya pengaruh kunjungan pada variabel Media Sosial TikTok tetap maka akan mencapai nilai 24.118. Pada nilai koefisien regresi variabel independen (media sosial TikTok) 0,318 menunjukkan bahwa jika variabel (X) media sosial TikTok meningkat satuan maka variabel (Y) juga mengalami peningkatan satuan 0,318.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Pada uji normalitas ini telah diuji menggunakan Kolmogorov Smirnov dengan memiliki kriteria sebagai berikut :

- Nilai signifikansi $> 0,05$ maka uji data tersebut normal
- Nilai signifikansi $< 0,05$ maka uji data tersebut tidak normal

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters ^{ab}	Mean		0,0000000
	Std. Deviation		2,59426076
Most Extreme Differences	Absolute		0,086
	Positive		0,052
	Negative		-0,086
Test Statistic			0,086
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			0,067
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.		0,069
	99% Confidence Interval	Lower Bound	0,062
		Upper Bound	0,076
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.			

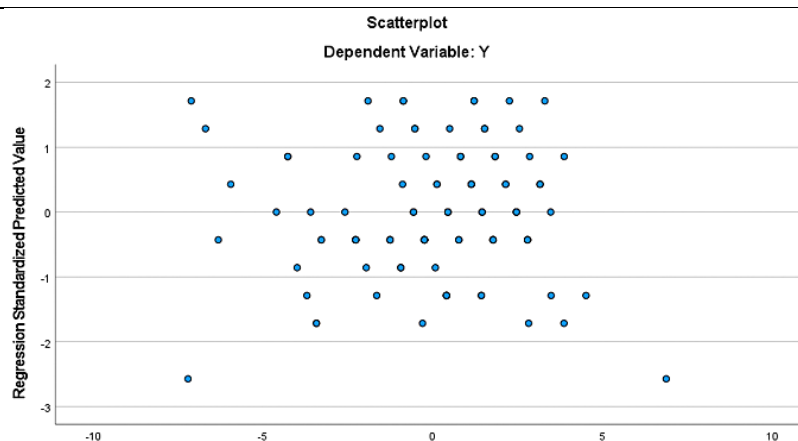
Sumber: SPSS Statistic version 27, 2025

Berdasarkan pada tabel 4 tersebut hasil uji normalitas yang telah dilakukan menggunakan metode Kolmogorov Smirnov, pada uji normalitas ini menunjukkan hasil signifikan yang telah didapat pada uji ini dari variabel dependen dan independen untuk jumlah sampel 100 responden adalah 0,067. Dengan nilai signifikansi sesuai kriteria adalah $0,067 > 0,05$ berarti pada seluruh variabel dalam penelitian ini terdistribusi normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Pada uji Heteroskedastisitas ini dinilai ada atau tidaknya Heteroskedastisitas adalah dengan cara melihat grafik *scatterplot* dan prediksi variabel dependen dengan residunya.

Tabel 7. Uji Heteroskedastisitas scatterplot



Sumber: SPSS Statistic version 27, 2025

Pada tabel 5 di atas menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak dan pada tabel tersebut titik-titik tidak membentuk pola yang jelas, selanjutnya pada sumbu Y baik di bawah maupun di atas angka 0 tersebar baik. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadinya Heteroskedastisitas pada model regresi.

3. Uji Multikolienearitas

Pada uji multikolinearitas ini menunjukkan terjadi multikolinearitas karena kurang dari 0,01 atau nilai VIF lebih dari 10.

Tabel 8. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a											
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	24,118	4,055		5,947	0,000					
	X	0,318	0,112	0,275	2,827	0,006	0,275	0,275	0,275	1,000	1,000
a. Dependent Variable: Y											

a. Dependent Variable: Y

Sumber: SPSS Statistic version 27, 2025

Pada tabel 6 di atas hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa Variance Inflation Factor (VIF) sebesar 1.000 yang memiliki arti kurang dari 10 pada hasil ini menunjukkan tidak terjadinya multikolinearitas antar variabel dependen dalam model regresi, dan untuk hasil analisis variabel independen nilai Collinearity Tolerance sebesar 1,000 > 0,01 pada hasil ini menunjukkan tidak terjadinya multikolinearitas.

Analisis Statistik

1. Uji t statistik

Pada uji t ini digunakan untuk mengenali apakah model regresi variabel independen media sosial TikTok (X) terhadap variabel dependen kunjungan wisatawan (Y) secara parsial berpengaruh atau tidaknya.

- a) Jika nilai Sig < 0,05 atau t hitung > t tabel maka hal ini memiliki pengaruh variabel X dan variabel Y.
- b) Jika nilai Sig > 0,05 atau t hitung < t tabel maka hal ini tidak memiliki pengaruh variabel X dan variabel Y.

Pada penelitian ini menggunakan 100 sampel, berikut merupakan rumus uji t tabel dengan tingkat kepercayaan 0,05 % :

Keterangan :

t = t tabel

α = Tingkat kepercayaan

n = Jumlah sampel

k = Jumlah variabel bebas (X)

Hasil Pembahasan :

$t = (\alpha/2 ; n-k-1)$

$t = 0,05\% / 2 ; 100-1-1$

$t = 0,025 ; 98$

$t = 1.984$ (di dapatkan dari distribusi t tabel)

Tabel 9. Uji T

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	24,118	4,055		5,947
	X	0,318	0,112	0,275	2,827

a. Dependent Variable: Y

Sumber: SPSS Statistic version 27, 2025

Berdasarkan Tabel 7 di atas diketahui nilai sig pengaruh (X) terhadap (Y) sebesar $0,006 < 0,05$ dan memiliki nilai t hitung $2.827 > t$ tabel 1.984, sehingga dari uji tersebut di simpulkan bahwa H_0 diterima yang berarti terdapat pengaruh variabel media sosial TikTok (X) terhadap variabel kunjungan wisatawan (Y).

2. Uji f statistik

Pada uji f ini digunakan untuk mengetahui berpengaruh atau tidaknya pengaruh simultan antara variabel media sosial tiktok (X) dan variabel kunjungan wisatawan (Y).

- a) Jika nilai Sig < 0,05 atau f hitung > f tabel maka hal ini memiliki pengaruh variabel X dan variabel Y.

- b) Jika nilai Sig > 0,05 atau f hitung < f tabel maka hal ini tidak memiliki pengaruh variabel X dan variabel Y.

Nilai f tabel dapat ditentukan dengan menggunakan rumus $f = (k ; n-k)$, pada rumus ini k adalah jumlah variabel independen dan n adalah jumlah sampel penelitian. Pada penelitian ini memiliki jumlah sampel 100 dengan perhitungan sebagai berikut :

$$f = f \text{ tabel}$$

$$k = \text{jumlah variabel independen (X)}$$

$$n = \text{jumlah sampel}$$

Hasil perhitungan :

$$f = (k ; n-k)$$

$$f = (1 ; 100-1)$$

$$f = (1 ; 99)$$

$$f = 3.94$$

dari rumus di atas diketahui bahwa f tabel pada penelitian ini adalah 3.94.

Tabel 10. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	54,351	1	54,351	7,994	.006 ^b
	Residual	666,289	98	6,799		
	Total	720,640	99			

a. Dependent Variable: Y
b. Predictors: (Constant), X

Sumber: SPSS Statistic version 27, 2025

Berdasarkan pada Tabel di atas diketahui bahwa nilai signifikansi pengaruh variabel (X) dan variabel (Y) adalah sebesar $0,006 < 0,05$ dan nilai f hitung $7,994 > f \text{ tabel } 3,94$. Dapat disimpulkan bahwa H_a terdapat pengaruh variabel media sosial TikTok (X) terhadap variabel kunjungan wisatawan (Y).

KESIMPULAN

Berdasarkan pada hasil dari beberapa uji yang telah dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan pada saat data diuji yaitu hasilnya valid dan reliabel, dalam hal ini dibuktikan dengan hasil uji validitas semua nilai ($r \text{ hitung}$) > 0,195 ($r \text{ tabel}$) yang sudah tertera pada tabel 1 hasilnya menunjukkan antara variabel x dan variabel y semuanya valid. Kemudian hasil analisis data uji reliabilitas yaitu semua nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6 yang menunjukkan reliabel.

Pada uji analisis data uji analisis linier sederhana yang diolah menggunakan SPSS yang memperoleh nilai konstanta

24.118 menunjukkan adanya pengaruh kunjungan pada variabel Media Sosial TikTok tetap maka akan mencapai nilai 24.118. Pada nilai koefisien regresi variabel independen (media sosial TikTok) 0,318 menunjukkan bahwa jika variabel (X) media sosial TikTok meningkat satuan maka variabel (Y) juga mengalami peningkatan satuan 0,318.

Hasil uji normalitas yang telah dilakukan menggunakan metode Kolmogorov Smirnov, pada uji normalitas ini menunjukkan hasil signifikan yang telah didapat pada uji ini dari variabel dependen dan independen untuk jumlah sampel 100 responden adalah 0,067. Dengan nilai signifikansi sesuai kriteria adalah $0,067 > 0,05$ berarti pada seluruh variabel dalam penelitian ini terdistribusi normal. Diketahui nilai sig pengaruh (X) terhadap (Y) sebesar $0,006 < 0,05$ dan memiliki nilai t hitung $2.827 > t$ tabel 1.984, sehingga dari uji tersebut disimpulkan pada tabel 8 bahwa H_0 diterima yang berarti terdapat pengaruh variabel media sosial TikTok (X) terhadap variabel kunjungan wisatawan (Y). Diketahui bahwa nilai signifikansi pengaruh variabel (X) dan variabel (Y) adalah sebesar $0,006 < 0,05$ dan nilai f hitung $7,994 > f$ tabel 3,94. Dapat disimpulkan pada tabel 9 bahwa H_a terdapat pengaruh variabel media sosial TikTok (X) terhadap variabel kunjungan wisatawan (Y).

Penelitian ini berfokus pada objek wisatanya dan disarankan untuk penelitian selanjutnya untuk bisa mengidentifikasi objek sekitar misalnya membuat paket wisata dan bisa melakukan kerja sama dengan kuliner sekitar atau akomodasi. Penelitian selanjutnya juga dapat menambahkan variabel lain seperti pengaruh *influencer marketing* atau *User Generated Content* (UGC) dari daya tarik wisata yang di laman TikTok untuk menganalisis pengaruh yang lebih kompleks terhadap kunjungan wisatawan ini.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmad, F., Chayanti Suma, N., Indriani Fadilla Warsan, S., Shinta Fitriani, D., Fasya Khailifa, N., Adelya, S., Irawan, B., Adres Ramadani, Y., & Saputra, A. (2023). Penggunaan Media Sosial untuk Menarik Minat Wisatawan dalam Meningkatkan Kunjungan Di Pantai Mattirotasi Desa Sadai. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 372–379. <https://ojssemnas-kknmas.unmuhbabel.ac.id>

- BPS Kota Semarang. (2025). *Kota Semarang dalam Angka 2025*.
<https://pustakadata.semarangkota.go.id/publikasi/bps/e4acda942390244ca5c1d08b>
- Cahyani, N., & Safitri, M. (2024). Pengaruh Media Sosial, Citra Destinasi, dan Fasilitas Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Pantai Bandengan Jepara. *Jurnal Bisnis Net*, 1, 2722–3574.
- Disbudpar Kota Semarang. (2024). *Sam Poo Kong*.
<https://Pariwisata.Semarangkota.Go.Id/Frontend/Web/Index.Php?R=site%2Fdaya-Tarik-Wisata-Description&id=28>.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariat* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gun Mardiatmoko. (2020). PENTINGNYA UJI ASUMSI KLASIK PADA ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342.
<https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Loindong, A. S., Tewal, B., & Sendow, G. M. (2023). Pengaruh Locus Of Control dan Motivasi Kerja terhadap Kepuasan Kerja Pegawai Di Era Andemi Covid-19 (Studi Kasus Di Kantor Satpol-PP Kota Tomohon). *Jurnal EMBA*, 11(4), 110–121.
- Nifita, A. T., & Arisondha, E. (2018). Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Taman Geopark Kabupaten Merangin. *Jurnal UNJA*, 169–180.
- Prakoso, A. A., & Hakim, L. M. (2025). *Wisata Budaya: Memahami Konsep dan Pengelolaannya* (P. N. Vitrianto, Ed.). Eureka Media Aksara.
<https://repository.penerbiteureka.com/publications/593448/wisata-budaya-memahami-konsep-dan-pengelolaannya>
- Rahayu, R. A., Ferdiansyah, I., Lestari, R. D., Priskila, Monika, A. D., & Fujilestari, N. A. (2024). Analisis Pengembangan Wilayah Berbasis Potensi Unggul Daerah Melalui Tata Kelola Ekonomi Daerah Kota Semarang. *Aliansi: Jurnal Hukum, Pendidikan Dan Sosial Humaniora*, 1(5), 261–273.
<https://doi.org/10.62383/aliansi.v1i5.431>
- Rosita, E., Hidayat, W., Yuliani, W., & Studi Bimbingan dan Konseling, P. (2021). Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Perilaku Prososial. *Fokus*, 4(4).
- Saputra, D., Syafiatuljannah, A. K., & Khairan, K. P. (2024). Library Promotion Through Social Media to Increase Library Visibility.

EduLib, 14(2), 182–195.
<https://doi.org/10.17509/edulib.v14i2.74449>

Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kuantitatif dan R&D*. Alfabeta.

Profil Penulis

Kristinda Putri Setia. Kristinda Putri Setia adalah seorang mahasiswi di Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta. Mempunyai pengalaman di bidang pemasaran, hospitaliti dan kepariwisataan, serta aktif dalam organisasi dan penelitian terkait bidang tersebut.

Dr. Aditha Agung Prakoso, S.T., M.Sc., C.H.E., IARKI. ORCID ID: 0000-0003-3508-100X. Dr. Aditha Agung Prakoso adalah seorang assistant professor di Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta dengan keahlian arsitektur dan perencanaan pariwisata. Memperoleh gelar Doktor dari Universitas Gadjah Mada Yogyakarta dengan fokus pada arsitektur dan perencanaan pariwisata. Minat penelitian utamanya mencakup perencanaan wilayah pariwisata, pariwisata pedesaan, pariwisata budaya pop, pariwisata berbasis komunitas, dan dampak tren pariwisata global terhadap daerah pedesaan, serta aktif dalam berbagai proyek akademik dan publikasi ilmiah terkait bidang tersebut.

Lutfi Maulana Hakim S.IP.,M.A. Lutfi Maulana Hakim adalah seorang assistant professor di Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta dengan keahlian diplomasi, seni dan budaya. Memperoleh gelar Magister dari Universitas Gadjah Mada Yogyakarta dengan fokus pada hubungan internasional. Minat penelitian utamanya mencakup diplomasi, wisata seni dan budaya, serta aktif dalam berbagai proyek akademik dan publikasi ilmiah terkait bidang tersebut.