

ABSTRAK

Mira Rosanti. 24071120150. Judul Penelitian ini adalah: Efektivitas Tayangan *Reels* Instagram Tentang Promosi Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Kabupaten Garut (Studi Dekskriptif Kuantitatif Efektivitas Tayangan *Reels* Instagram @disparbudgarut Tentang Promosi Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Masyarakat Garut).

Penelitian ini di kehadiran berita di media massa seperti berbagai media sosial diantaranya yaitu media sosial Instagram. Media tersebut mampu menyebarluaskan informasi yang mendukung keadaan pariwisata saat ini, yang mengacu pada melihat apakah tayangan *reels* mampu memenuhi ekspektasi wisatawan terkait informasi dan pengalaman yang mereka harapkan sebelum berkunjung ke tempat wisata dan menarik minat masyarakat Garut. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar efektivitas tayangan *reels* terhadap minat berkunjung wisatawan Kabupaten Garut yang meliputi aspek minat transaksional, refensial, prefensial, dan eksploratif.

Metode penelitian yang digunakan adalah jenis metode penelitian survei, untuk meneliti hubungan antar variabel dan menguji hipotesis. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data yaitu kuesioner dan pengamatan atau observasi peneliti. Responden penelitian ini adalah wisatawan sebanyak 99 orang. Teknik sampling yang digunakan adalah *nonprobability sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tayangan *reels* berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan Kabupaten Garut. Pengaruh aspek minat transaksional terkait kecenderungan seseorang untuk membeli suatu produk sebesar 81%, terhadap aspek minat refensial terkait mereferensikan suatu produk sebesar 81,25%, terhadap aspek prefensial terkait perilaku seseorang yang memiliki prefensi terhadap produk sebesar 81,25% dan pengaruh aspek eksploratif terkait seseorang yang selalu mencari informasi mengenai suatu produk sebesar 80%. Keterkaitan antara tayangan *reels* terhadap minat berkunjung dalam aspek minat refensial, yaitu terdapat adanya respon aktif dari pengguna Instagram seperti *like*, komentar, *share*.

Kata kunci : Disparbud Garut, Instagram, Media sosial, Minat Berkunjung Tayangan *Reels*

ABSTRACT

Mira Rosanti. 24071120150. The title of this research is: The Effectiveness of Instagram Reels Impressions About Tourism Promotion Towards Interest in Visiting Garut Regency Tourists (Quantitative Descriptive Study of the Effectiveness of @disparbudgarut Instagram Reels Impressions About Tourism Promotion Towards Interest in Visiting Garut Community Tourists).

This research is in the presence of news in mass media such as various social media including Instagram social media. The media is able to disseminate information that supports the current state of tourism, which refers to seeing whether reels impressions are able to meet the expectations of tourists regarding the information and experiences they expect before visiting tourist attractions and attracting the interest of the Garut community. The purpose of this study is to determine how much the effectiveness of reels shows on the visiting interest of Garut Regency tourists which includes aspects of transactional, referential, preferential, and exploratory interest.

The research method used is a type of survey research method, to examine the relationship between variables and test hypotheses. The approach used in this research is a quantitative approach with data collection techniques, namely questionnaires and researcher observation or observation. Respondents of this study were 99 tourists. The sampling technique used is nonprobability sampling.

The results showed that reels impressions had a significant effect on the visiting interest of Garut Regency tourists. The effect of the transactional interest aspect related to a person's tendency to buy a product is 81%, to the referential interest aspect related to referring a product by 81,25%, to the preferential aspect related to the behavior of someone who has a preference for the product by 81,25% and the influence of the exploratory aspect related to someone who always seeks information about a product by 80%. The relationship between reels impressions and visiting interest in the aspect of referential interest, namely there is an active response from Instagram users such as likes, comments, shares.

Keywords: *Disparbud Garut, Instagram, Social Media, Interest in Visiting Reels Impressions*