

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh terpaan konten Instagram @warunkwowkwb_png terhadap minat berkunjung konsumen Warunk WOW KWB Ponorogo. Penelitian ini dilandasi oleh teori Uses and Gratifications yang memandang audiens sebagai pihak aktif dalam menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan tertentu, seperti hiburan, informasi, dan pengalaman sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif. Metode yang digunakan adalah survei dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada 101 responden menggunakan teknik purposive sampling. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari terpaan konten Instagram sebagai variabel independen yang diukur melalui indikator frekuensi, intensitas, dan durasi, serta minat berkunjung sebagai variabel dependen yang diukur melalui indikator ketertarikan, keinginan, dan rencana berkunjung. Analisis data dilakukan menggunakan uji validitas, reliabilitas, dan regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terpaan konten Instagram @warunkwowkwb_png berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung konsumen, dengan nilai signifikansi sebesar 0,003 ($< 0,05$), sehingga hipotesis penelitian diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi frekuensi, intensitas, dan durasi audiens dalam mengakses konten Instagram, maka semakin tinggi pula minat berkunjung konsumen. Temuan ini sejalan dengan teori Uses and Gratifications, di mana audiens secara aktif mengonsumsi konten media sosial untuk memperoleh kepuasan berupa hiburan, informasi, dan pengalaman sosial yang dapat mendorong ketertarikan untuk berkunjung. Namun, nilai koefisien determinasi sebesar 8,8% menunjukkan bahwa pengaruh terpaan konten Instagram tergolong rendah, sehingga terdapat faktor-faktor lain di luar penelitian yang turut memengaruhi minat berkunjung konsumen.

Kata kunci: terpaan konten, Instagram, minat berkunjung, media sosial, *Uses and Gratifications*

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of exposure to Instagram content from @warunkwowkwb_png on consumer interest in visiting Warunk WOW KWB Ponorogo. This research is based on the Uses and Gratifications theory, which views audiences as active participants in using media to fulfill specific needs, such as entertainment, information, and social experiences. This study employed a quantitative approach with an explanatory research approach. The method used was a survey, with data collection using a questionnaire distributed to 101 respondents using a purposive sampling technique. The variables in this study consisted of exposure to Instagram content as the independent variable, measured through indicators of frequency, intensity, and duration, and interest in visiting as the dependent variable, measured through indicators of interest, desire, and visit plans. Data analysis was conducted using validity and reliability tests, and simple linear regression. The results showed that exposure to Instagram content from @warunkwowkwb_png had a positive and significant effect on consumer interest in visiting, with a significance value of 0.003 (<0.05), thus the research hypothesis was accepted. This indicates that the higher the frequency, intensity, and duration of audience access to Instagram content, the higher the consumer's intention to visit. This finding aligns with the Uses and Gratifications theory, where audiences actively consume social media content to obtain gratifications in the form of entertainment, information, and social experiences that can encourage intention to visit. However, the coefficient of determination of 8.8% indicates that the influence of Instagram content exposure is relatively low, suggesting that other factors outside the study influence consumer intention to visit.

Keywords: *content exposure, Instagram, intention to visit, social media, Uses and Gratifications*