

Terpaan Berita *Swifttonomics* terhadap Minat Kunjungan Wisatawan ke Indonesia

Kristin E.J Nomleni^{1*}, Sofiani²

¹Communication Sciences, Bunda Mulia University Jakarta, Indonesia

²Hospitality and Tourism Study Program, Bunda Mulia University Jakarta, Indonesia

ABSTRAK

Media memiliki dampak yang besar bagi kehidupan manusia, setiap berita yang diberikan dapat memberikan pengaruh bagi masyarakat. Salah satu pemberitaannya adalah melalui akun Instagram. Laporan ini menjadi salah satu laporan yang berfokus pada konsep pariwisata di Singapura dan menarik perhatian Menteri Pariwisata. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh berita *swifttonomics* terhadap wisatawan untuk menyaksikan konser Taylor Swift dan bagaimana minat kunjung wisatawan apabila di adakan konser Taylor Swift di Indonesia. Metode penelitian menggunakan deskriptif kuantitatif. Paparan konten *Swifttonomics* memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap minat wisatawan untuk berkunjung dengan perhitungan statistik melalui SPSS. Hal ini dikarenakan $r_{tabel} < r_{hitung}$, r_{tabel} yang didapat dari hasil perhitungan SPSS 25 adalah 0,17 dimana setiap pernyataan memiliki nilai diatas angka tersebut. Terdapat uji hipotesis yaitu bahwa terdapat pengaruh dari variabel terpaan berita Taylor Swift terhadap keputusan berkunjung wisatawan mancanegara ke Indonesia, namun pengaruhnya tidak begitu besar karena angka yang didapat sebesar 62,8. Namun, berdasarkan hasil analisis data, masyarakat Indonesia lebih mendalami atau mencari dampak ekonomi dan pariwisata terkait pemberitaan dan informasi *Swifttonomics* dibandingkan dengan euforia konser Taylor Swift di Singapura.

Kata-kata Kunci: Eksposur Berita; Konser; Taylor Swift; Minat Kunjungan; Pariwisata

Swifttonomics News Impact on Tourist Visit Interest in Indonesia

ABSTRACT

*The media has a big impact on human life, every news that is given can influence society. One of the news is through an Instagram account. This report is one of the reports that focuses on the concept of tourism in Singapore and attracts the attention of the Minister of Tourism. The purpose of this study is to determine how the influence of *swifttonomics* news on tourists to watch the Taylor Swift concert and how the interest of tourists to visit if a Taylor Swift concert is held in Indonesia. The research method uses quantitative descriptive. Exposure to *Swifttonomics* content has a greater influence on tourists' interest in visiting with statistical calculations through SPSS. This is because $r_{table} < r_{count}$, r_{table} obtained from the results of the SPSS 25 calculation is 0.17 where each statement has a value above that number. There is a hypothesis test, namely that there is an influence of the Taylor Swift news exposure variable on the decision to visit foreign tourists to Indonesia, but the influence is not that big because the figure obtained is 62.8. However, based on the results of data analysis, Indonesian people are more in-depth or looking for the economic and tourism impacts related to *Swifttonomics* news and information compared to the euphoria of the Taylor Swift concert in Singapore.*

Keywords: News Exposure; Concerts; Taylor Swift; Visiting Interests; Tourism

PENDAHULUAN

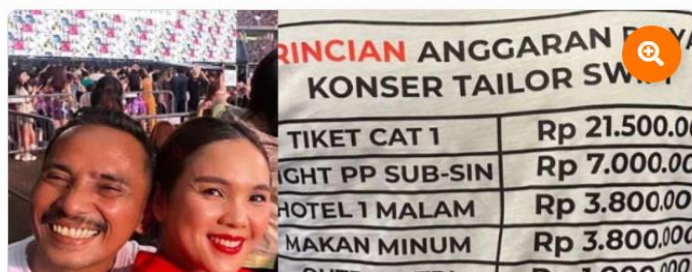
Media memiliki dampak yang besar dalam kehidupan manusia, setiap berita yang diberikan dapat memberikan pengaruh kepada masyarakat dalam memaknai pengalaman hidup dan gaya /peradaban di setiap zaman. Di seluruh dunia, media, terutama media daring berfungsi sebagai platform publik bagi masyarakat untuk berbagi informasi dan pemikiran (Guo et al., 2023). Persepsi masyarakat mengenai peran dan relevansi jurnalisme terhadap masyarakat mempengaruhi hubungan mereka dengan media (Virgili et al., 2022). Keberadaan media saat ini dapat menjadi peluang bagi kelangsungan pemerintahan bahkan sebuah negara dalam mengelola segala jenis sumber daya alam dan sumber daya manusia yang ada. Media sosial telah digunakan oleh pemerintah sebagai alat komunikasi baru dengan akses yang lebih mudah dan cepat untuk berbagi informasi kepada warga, institusi, dan pengguna layanan lainnya (Sandoval-Almazan et al., 2021). Tidak seperti media massa tradisional, media sosial dengan cepat memperluas cakupan pengaruhnya, yang terdiri dari alat daring yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan berbagi informasi, pendapat, dan minat (Chimen & Bayniyazov, 2023). Tentunya hal ini akan menjadi hal yang positif jika dimanfaatkan sebaik-baiknya sebagai aktualisasi negara itu sendiri. Pemberitaan melalui media massa memberikan dampak yang besar bahkan terhadap industri hiburan yang menjadi sorotan masyarakat. Perkembangan teknologi kian hari makin pesat, hal ini tentunya juga menjadi dukungan terhadap kehidupan manusia dalam berkomunikasi dan berinteraksi (Nomleni, 2023)

Konser Taylor Swift di Singapura yang fenomenal di awal tahun ini, banyak pemberitaan di media sosial yang menarik perhatian masyarakat dengan beragam reaksi antara lain memutuskan membeli tiket konsernya dan meminta pemerintah mengadakan konser Swift di Indonesia. Salah satu reaksi masyarakat mengenai konser Taylor Swift dapat dilihat melalui gambar 1 di mana seorang pria menuliskan pada sebuah kaus mengenai rincian biaya yang dikeluarkan untuk menonton Konser Taylor Swift.

Viral Pria Pakai Kaus Rincian Biaya Nonton Konser Taylor Swift, Habiskan Rp34 Juta Demi Temani Istri

Selasa, 5 Maret 2024 - 08:26 WIB

Oleh : Dian Lestari Ningsih



Gambar 1. Berita Viral Pria Mengenakan Kaus Rincian Biaya Konser Taylor Swift

Sumber: (viva, 2024)

Selain itu pemerintah seperti Menteri Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi Indonesia Luhut Binsar Panjaitan serta Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Sandiaga Uno yang memberikan respon pada ragamnya komentar masyarakat di media online. Pada gambar 2 menjelaskan bahwa respon dari Menteri Koordinator Bidang Kemaritiman dan

Investasi Indonesia, Luhut Binsar Panjaitan yang mengungkapkan bahwa dirinya ingin membuat sebuah konser eksklusif untuk menandingi Tur Taylor Swift di Singapura.



Gambar 2. Ungkapan Luhut Ingin Tandingi Tur Taylor Swift di Singapura
Sumber: (CNN Indonesia, 2024)

Beragam respon masyarakat terhadap penyelenggaraan konser Taylor Swift di Singapura dan dikaitkan dengan faktor ekonomi maupun pariwisata di Indonesia . Berdasarkan pemberitaan diatas menanggapi fenomena swiftonomics Luhut Panjaitan ingin melakukan hal yang sama yaitu mengadakan konser Taylor Swift di Indonesia sebagai bentuk respon terhadap keresahan masyarakat diadakannya konser di Singapura. Penggunaan media online menjadi penting untuk mengukur seberapa efektif media tersebut dalam mempelajari perilaku wisatawan (Korená & Pártlová, 2023).

Dari banyak akun media sosial, bahkan salah satunya adalah akun Instagram pribadi Sandiaga Uno, yang juga membahas mengenai fenomena “Swiftconomics “ yang berkaitan dengan menarik pariwisata di Singapura. Media sosial menciptakan jaringan virtual yang melampaui batas-batas geografis dan mendukung individu untuk menghasilkan berbagai jenis informasi dan ekspresi (Ahmadi & Wohn, 2018). Dapat dilihat melalui gambar 3 di bawah ini dimana Sandiaga Uno berpendapat fenomena seperti “Swiftconomics” dapat meningkatkan sektor pariwisata Indonesia.



Gambar 3. Fenomena “Swiftconomics” menurut Sandiaga Uno
Sumber: (ussfeeds, 2024)

Kemudian melalui akun Instagram @ussfeeds dengan tagline berita “We need ‘Swiftnomics for the tourism sector’”. Laporan ini menjadi salah satu laporan yang berfokus pada konsep pariwisata di Singapura dan menarik perhatian Menteri Pariwisata yang tak dapat dihindari. Ragam respon masyarakat terhadap fenomena swiftnomics yang dapat dilihat pada postingan berita @Ussfeeds diatas. Pada gambar 4 menjelaskan respon dari masyarakat melalui akun Instagram @Ussfeeds yang memberikan pendapat mereka masing-masing mengenai ungkapan Menteri Pariwisata tersebut.



Gambar 4. Komentar Instagram @Ussfeeds
Sumber: Instagram

Hal ini dapat menjadi peluang informasi mengembangkan dan mendatangkan wisatawan lokal maupun internasional seperti yang telah dilakukan Singapura dalam mendongkrak pariwisata dan peningkatan perekonomian negara. Pariwisata memiliki kontribusi besar terhadap berbagai aspek terutama perekonomian (Kusumasari et al., 2022). Berwisata ke sebuah lokasi dan menemui beragam aneka budaya adalah hal yang dapat memberikan dampak kesenangan (Christina & Marta, 2019). Sektor pariwisata sendiri bagi Indonesia termasuk , karena sektor ini memberikan kontribusi yang cukup besar sebagai penghasil devisa negara, dan berdasarkan peringkat devisa negara, sektor pariwisata termasuk dalam peringkat lima besar. Sektor ini juga menjadi sumber pendapatan utama bagi banyak negara yang mengkhususkan diri pada sektor (Brida & Cárdenas-García, 2024). Sektor pariwisata Indonesia sudah sangat terkenal dengan keindahan alam dan keramahan para pelaku pariwisata Indonesia, namun tidak dapat dipungkiri bahwa pariwisata Indonesia juga harus mengikuti perkembangan zaman. Pariwisata tidak lagi hanya sekedar lokasi atau destinasi yang indah, tetapi atraksi wisata juga menjadi salah satu alasan wisatawan berkunjung ke lokasi tersebut. Pariwisata juga tidak hanya sebagai bentuk aktivitas, rekreasi, dan hiburan, tetapi juga menjadi salah satu sektor kunci perekonomian nasional (Huseynov, 2023).

Dengan berakhirnya pandemi Covid-19, banyak kegiatan yang tertunda mulai direalisasikan. Sektor pariwisata juga mencakup industri hiburan yang berkembang pesat

termasuk musik, film, dan berbagai bentuk media lainnya yang memiliki dampak ekonomi yang sangat besar dan ditandai dengan tren yang terus berubah, inovasi yang berkelanjutan, dan tokoh-tokoh yang berpengaruh (Arroyo, 2023). Berdasarkan penelitian terdahulu dari (Hakiki, 2024) yang menyatakan bahwa perkembangan zaman juga menuntut negara-negara dapat beradaptasi dengan kondisi lingkungan sekitarnya, salah satunya industri musik yang mempunyai pasarnya tersendiri dan juga memiliki pengaruh yang besar seperti konser Taylor Swift. Menurut penelitian (Naila et al., 2024) Dampak ekonomi dari konser ini sangat signifikan bagi Singapura dan juga mempengaruhi negara-negara ASEAN di sekitarnya seperti Indonesia, Malaysia, Thailand, dan Filipina. Meskipun konser berlangsung di Singapura, dampaknya menyebar ke seluruh kawasan melalui peningkatan pariwisata regional dan aktivitas ekonomi yang saling terkait. Kebaruan dari penelitian ini adalah dimana penelitian menggunakan berita yang di paparkan bersumber dari akun media social yang memiliki followers besar dan pernyataan dari menteri pariwisata Indonesia pada tahun 2024 dan bagaimana pengaruhnya terhadap respon wisatawan mancanegara ataupun local untuk berkunjung ke Indonesia apabila konser Taylor Swift di adakan di Indonesia.

Saat ini industri pariwisata tidak hanya berpaku kepada budaya dan alam saja tetapi juga pada industri ekonomi kreatif seperti diadakannya konser. Konser musik memainkan peran penting dalam mempromosikan Indonesia kepada masyarakat luas dan bahkan menarik wisatawan internasional. Secara tidak langsung, konser musik menjadi salah satu faktor yang mendorong kebangkitan ekonomi nasional di masa depan. Ada banyak konser musik populer di Indonesia yang selalu dinanti oleh banyak penggemar. Bahkan, konser-konser tersebut berhasil menarik perhatian wisatawan internasional untuk datang ke Indonesia, hanya untuk menonton konser atau festival musik (Kemendikbud, 2021).

Konser menjadi salah satu atraksi wisata favorit di tahun 2023-2024. Banyaknya musisi mancanegara yang melakukan tur tentu saja berdampak pada berbagai sektor, terutama sektor pariwisata. Tidak dapat dipungkiri bahwa atraksi wisata berupa konser dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke Indonesia. Semakin banyaknya atraksi wisata berupa konser yang diselenggarakan di Indonesia tentu saja dapat membantu meningkatkan minat wisatawan mancanegara untuk berkunjung ke Indonesia. Pariwisata merupakan fenomena skala global yang besar dan terus berkembang dengan dampak sosial budaya dan politik yang beragam (Saarinen, 2016). Dalam pengembangan daya tarik wisata, setiap kegiatan pengembangan daya tarik wisata yang dilakukan pasti akan memberikan dampak baik positif maupun negatif (Sofiani & Octariana, 2021). Sehingga Untuk membedah hal ini digunakan teori Integrasi Informasi yang dikemukakan oleh Martin Feishbein dengan menjelaskan bahwa komunikator mengakumulasi dan mengorganisasikan informasi yang diperolehnya tentang sekelompok orang, objek, situasi, atau gagasan untuk membentuk sikap yang sesuai dengan konsep yang terbentuk dari hasil penerimaan informasi tersebut (Littlejohn, 2014). Adapun teori ini sebagai grounded theory sebagai bagian alur dimensi variabel independen terpaan berita dan konsep daya tarik wisata sebagai variabel dependen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh berita swifftonomics terhadap wisatawan untuk menyaksikan konser Taylor Swift dan bagaimana minat kunjungan wisatawan apabila di adakan konser Taylor Swift di Indonesia.

Berdasarkan uraian data di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berfokus pada Pengaruh Terpaan Berita Swifftonomics Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan ke Indonesia.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif, dimana metode ini dapat membantu memberikan pemahaman yang mendalam mengenai potensi atraksi wisata berupa konser. Penelitian kuantitatif berfokus pada pengukuran data dan generalisasi temuan penelitian dari berbagai perspektif (Ghanad, 2023). Metode penelitian dilakukan dengan menari fenomena-fenomena terbaru dari berita yang sedang populer di salah satu akun media social dimana berita tersebut berkaitan dengan konser Taylor Swift yang membuat sebuah fenomena swifftonomics. Kemudian penelitian di lakukan dengan metode kuantitatif, kuantitatif dipilih karena jumlah populasi yang besar sehingga akan lebih relevan jika menggunakan kuantitatif dalam menemukan hasil penelitian dan menentukan analisis penelitian. Penelitian ini menggunakan uji regresi linier sederhana dan menggunakan alat bantu berupa SPSS25. Setelah melakukan berbagai uji kemudian dilakukan Analisa data berdasarkan hasil perhitungan yang dimana Analisa data dilihat dari berbagai sumber terutama sumber berita/media social dan berbagai input atau komentar dari para responden yang melakukan pengisian kuesioner, selain itu Analisa juga didasari dari berbagai teori ahli yang berkaitan dengan hasil dari olah data. Penelitian di lakukan dari bulan Februari 2024 – Agustus 2024, teknik pengambilan data dilakukan dari berbagai sumber yaitu berita dan media social kemudia sebelum melakukan pengisian kuesioner para responden juga di berikan pertanyaan saringan yang dimana guna penyaringan tersebut adalah untuk memastikan bahwa responden yang melakukan pengisian sesuai dan tepat sasaran dimana para responden diwajibkan sudah membaca berita dan informasi terkait swifftonomics. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh pembaca berita swifftonomic di akun social media @USSFEEDS. Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini dihitung menggunakan rumus slovin berikrt ini:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Sumber: (Mardiastuti, 2022)

$$\begin{aligned} N &= \frac{1.900.000}{1+1.900.000(0,1)^2} \\ &= 100 \end{aligned}$$

(Jadi jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah sebanyak 100 sampel)

HASIL PENELITIAN

Tabel 1. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.923	25

Sumber: Analisis Peneliti, 2024

Hasil yang diperoleh dari perhitungan SPSS 25 dapat dilihat pada tabel di atas bahwa hasil untuk masing-masing indikator memiliki Cronbach's Alpha di atas 0,6. Maka dapat

diartikan bahwa masing-masing variabel dinyatakan reliabel, karena uji reliabilitas ini digunakan sebagai alat ukur yang berfungsi untuk memastikan bahwa item-item dalam alat ukur yang digunakan memiliki konsistensi yang dapat dipercaya untuk mendapatkan hasil yang valid dan untuk mendapatkan hasil yang konsisten dapat dilakukan secara berkala atau lebih dari satu kali. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi jawaban responden atau hasil pengukuran dari kuesioner.

Uji Validitas

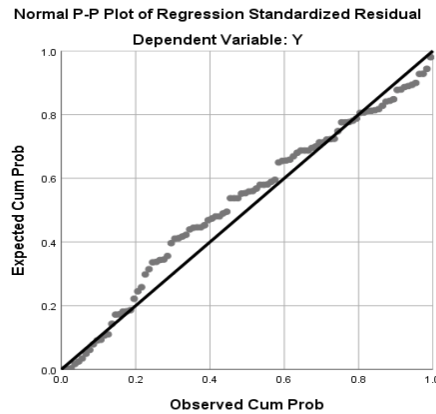
Tabel 2. Uji Validitas

	Corrected Correlation	Item-Total	Keterangan
X1	.336		Valid
X2	.424		Valid
X3	.674		Valid
X4	.499		Valid
X5	.626		Valid
X6	.550		Valid
X7	.532		Valid
X8	.418		Valid
X9	.558		Valid
X10	.358		Valid
X11	.612		Valid
X12	.419		Valid
Y1	.672		Valid
Y2	.545		Valid
Y3	.500		Valid
Y4	.625		Valid
Y5	.551		Valid
Y6	.662		Valid
Y7	.550		Valid
Y8	.497		Valid
Y9	.729		Valid
Y10	.619		Valid
Y11	.493		Valid
Y12	.473		Valid
Y13	.647		Valid

Sumber: Analisis Peneliti, 2024

Hasil uji validitas dapat dilihat dari kolom correlation, dimana hasil uji validitas ini menyatakan bahwa variabel terpaan berita swiftonomics berpengaruh terhadap variabel minat wisatawan dan dinyatakan valid. Hal ini dikarenakan r tabel < dibandingkan dengan r hitung, r tabel yang didapat dari hasil perhitungan SPSS 25 adalah 0,17. Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah suatu instrumen atau alat ukur dapat mengukur apa yang hendak diukur dengan tepat.

Uji Normalitas



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Gambar 5. Uji Normalitas

Tabel 3. Uji Normalitas

		Unstandar- zed Predicted Value
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	49.1800000
	Std. Deviation	5.50250632
Most Extreme Differences	Absolute	.103
	Positive	.093
	Negative	-.103
Test Statistic		.103
Asymp. Sig. (2-tailed)		.060 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

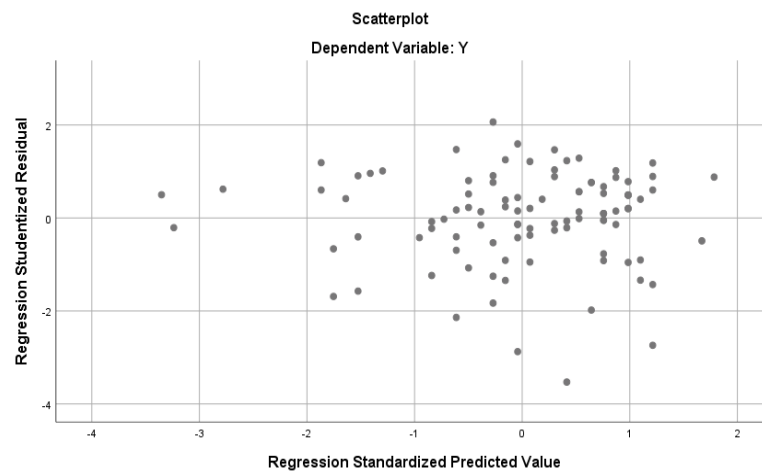
Sumber: Analisis Peneliti, 2024

Uji normalitas adalah uji untuk menganalisis apakah regresi, variabel independen dan variabel dependen normal atau tidak, dapat dikatakan baik jika distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas digunakan untuk memeriksa pelanggaran asumsi normalitas data (Rana et al., 2021) Bukti dapat dikatakan normal, pengujian menggunakan Kolmogorov-Smirnov, yaitu dapat dikatakan normal jika nilai probabilitas < 0,05 maka dapat dikatakan data tidak normal, namun sebaliknya jika nilai probabilitas > 0,05 maka data dianggap normal. Dari data di atas menunjukkan bahwa dapata pada penelitian ini normal dan dapat dilanjutkan untuk dilakukan pengujian lainnya.

Uji Heteroskedastisitas

Jika variasi residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka hal ini disebut homoskedastisitas. Sedangkan jika variasi residualnya berbeda, maka disebut heteroskedastisitas (Nurcahyo & Riskayanto, 2018). Sehingga dapat disimpulkan bahwa

tujuan dari penggunaan pengujian heteroskedastisitas ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan varian heteroskedastisitas. Hal ini dapat dinyatakan berdasarkan pola yang acak dan titik-titik yang tidak tersusun sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas.



Gambar 6. Uji Heteroskedastisitas

Dari hasil gambar uji heteroskedastisitas dapat dilihat bahwa jika pada grafik residual terlihat pola seperti kipas atau kerucut, maka hal ini menunjukkan adanya heteroskedastisitas. Jika tidak terdapat pola yang jelas, atau titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Jadi dari hasil gambar di atas penelitian ini dapat dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Regresi Linier Sederhana

Tabel 4. Uji Regresi Linear Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.	
	B	Std. Error	Coefficients Beta			
1	(Constant)	21.317	3.616		5.895	.000
	X	.628	.080	.621	7.853	.000

a. Dependent Variable: Y
 $Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2$
 $Y = 21.317 + 0.628X$

Dimana nilai a sebesar 21.317 yaitu variabel pemberitaan. Terpaan berita Taylor Swift memiliki pengaruh positif terhadap minat berkunjung wisatawan mancanegara dengan nilai sebesar 0.628. Maka dapat disimpulkan bahwa dengan adanya kedatangan Taylorswift ke Indonesia akan dapat meningkatkan minat kunjungan wisatawan mancanegara untuk berwisata dan menyaksikan konser Taylorswift di Indonesia.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Pengujian koefisien determinasi berfungsi untuk mengetahui seberapa besar hubungan kedua variabel, yaitu variabel dependen dan independen.

Tabel 5. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.621 ^a	.386	.380	6.972

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS, hasil uji koefisien determinasi menghasilkan nilai R Square sebesar 0,386 atau 38,6%, yang berarti bahwa besarnya pengaruh variabel terpaan berita hanya mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan sebesar 38,6%. Hasil ini termasuk ke dalam kategori yang cukup rendah karena berada di bawah 50%.

Uji Hipotesis

Uji T

Tabel 6. Uji Hipotesis

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21.317	3.616		5.895	.000
	X	.628	.080	.621	7.853	.000

a. Dependent Variable: Y

Pengujian hipotesis secara umum dianggap sebagai metode yang mudah, koheren, dan otomatis untuk menilai validitas dugaan yang diwakili oleh salah satu dari dua hipotesis (Melilli & Veronese, 2024). Dapat dilihat pada tabel diatas bahwa dapat dikatakan berpengaruh dan signifikan jika nilai t hitung > t tabel dan jika nilai sig < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh dari variabel terpaan berita taylor swift terhadap keputusan berkunjung wisatawan mancanegara ke Indonesia namun pengaruhnya tidak begitu besar karena hanya sebesar 62,8. Hasil hipotesis menunjukkan bahwa H₀ ditolak dan H_a diterima.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis data, masyarakat Indonesia lebih mendalami atau mencari dampak ekonomi dan pariwisata terkait pemberitaan dan informasi Swifftonomics dibandingkan dengan euforia konser Taylor Swift di Singapura. Hal ini menunjukkan bahwa terpaan berita swifftonomics telah menarik perhatian pemerintah dan masyarakat Indonesia secara signifikan namun tidak memerlukan informasi lebih lanjut untuk dicari. Atau dapat dikatakan bahwa masyarakat Indonesia hanya sekedar membaca berita yang di komentari oleh Menteri Pariwisata Sandiaga Uno dan tidak mencari tahu lebih lanjut atau bahkan hingga melakukan pembelian dan menyaksikan konser Taylor Swift ke Singapura. Berdasarkan dengan pernyataan "Saya mencari informasi terkait fenomena swifftonomics yang berkaitan dengan konser Taylor Swift di Singapura" dengan nilai 3.53. Dapat kita lihat perbandingan antara mencari informasi konser Taylor Swift di Singapura lebih rendah dibandingkan dengan berita mengenai fenomena swifftonomics yang masih berkaitan dengan konser Taylor Swift di Singapura, meskipun berita mengenai konser Taylor Swift sempat menjadi perbincangan yang sangat hangat di Indonesia namun hal tersebut bukan merupakan upaya untuk mencari informasi namun lebih mengarah kepada mencari informasi mengenai fenomena swifftonomics meskipun masih berkaitan dengan konser Taylor Swift di Singapura.

Hal ini dapat dilihat sebagai "fomo" Fear of Missing Out yang berarti takut ketinggalan. FOMO adalah fenomena psikologis yang menyebabkan seseorang merasa cemas atau khawatir akan kehilangan informasi, momen, atau pengalaman. Beberapa contoh perilaku FOMO di Indonesia yaitu berlomba-lomba mengikuti acara populer seperti konser dan festival, membeli produk-produk viral, seperti makanan dan skincare, kemudian mengikuti tren tanpa berpikir rasional apakah benar-benar dibutuhkan. FOMO dapat berdampak negatif, seperti: Rasa cemas, Depresi, Neurotik, Kurang produktif, Keuangan terbuang sia-sia.

Dari kelompok masyarakat tertentu yang disertai dengan algoritma dalam pemberitaan, seperti pada dasarnya sifat pemberitaan yang instan dan mengikuti tren sehingga menjadi viral namun tidak terlalu menjadi perhatian utama untuk mencari informasi mengenai konser Taylor Swift di Singapura tetapi lebih kepada konsep Swifftonomics konser Taylor Swift di Singapura. Swifftonomics mengacu pada pengaruh ekonomi musisi Taylor Swift sebagai idola dengan jutaan penggemar di seluruh dunia, setiap gelaran atau pentas seninya dihadiri ratusan ribu penggemar, begitu dahsyatnya efek pentas Taylor Swift di suatu negara sehingga mempengaruhi perekonomian negara tersebut.

Penggemar Swift telah berbondong-bondong ke kota-kota penyelenggara konser demi menghabiskan uang untuk penginapan, makanan dan transportasi serta merchandise tentu hal inilah yang menjadikan Taylor Swift diklaim mampu mempengaruhi ekonomi global. Maka dari rangkaian penjelasan diatas dapat dilihat bahwa frekuensi secara teknis memiliki porsi paling tinggi dalam hal pernyataan dengan skor yang lebih tinggi dibandingkan 2 dimensi lainnya dalam variabel memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap variabel Y yaitu menanyakan kunjungan wisatawan terkait berita menarik mengenai konser Taylor Swift di Singapura. Sedangkan pernyataan dengan skor terendah berada pada dimensi yang sama yaitu attention, dengan pernyataan yang memiliki skor 3.38 dalam mencari informasi mengenai konser Taylor Swift, namun pada dimensi yang sama berbeda dengan pernyataan mencari informasi mengenai fenomena swifftonomics yang berkaitan dengan konser Taylor Swift di Singapura.

Selain itu, pada variabel yang dipengaruhi atau variabel Y yaitu minat berkunjung

wisatawan, terdapat dua pernyataan tertinggi, pernyataan pertama terdapat pada dimensi kunjungan wisatawan yaitu “Dengan diadakannya konser Taylor Swift Indonesia dapat menarik minat wisatawan lokal dan mancanegara” dan “Dengan adanya konser Taylor Swift dapat memberikan dampak pertumbuhan ekonomi dan pariwisata diberbagai kota di Indonesia.” dengan skor 4,20. Dengan di adakanya konser taylor sift di Indonesia tentunya akan menambah minat kunjung wisatwan mancanegara tidak dapat di pugkiri taylor swift merupakan salah satu musisi dunia yang sangat di tunggu-tunggu kehadirannya atau atraksi musiknya di berbagai negara, tidak hanya remaja berbagai kalangan dan usia juga turut menunggu atraksi atau konser dari musisi dunia taylor swift hal ini tentunya akan merubah pola berwisata atau berkunjung ke sebuah negara, yang dimana tadinya wisatawan berkunjung ke negara lain untuk menikmati wisata alam dan wisata budaya kini berubah menjadi ingin menikmati wisata pertunjukan atau konser. Kemudian pernyataan dengan skor terendah terdapat pada dimensi fasilitas sesuai dengan pernyataan “Indonesia dan Jakarta memiliki keaslian dan kebersihan lingkungan yang baik sehingga dapat menyelenggarakan konser Taylor Swift dengan nyaman” dengan skor 3,38. Hasil ini menunjukkan bahwa Jakarta memiliki isu terkait kebersihan yang masih kurang, hal ini harus dijadikan sebagai landasan perbaikan kebersihan lingkungan di Jakarta perlu menjadi factor utama yang di selesaikan.

Tidak dapat di pungkiri kebersihan adalah salah satu yang menjadi daya tarik dan alasan wisatawan untuk berkunjung. Dengan memperkuat tingkat kebersihan di wilayah Jakarta tentunya tidak hanya apabila ada event saja Jakarta menjadi pilihan untuk berwisata. Sehingga dapat disimpulkan bahwa konser Taylor Swift dapat meningkatkan kunjungan wisatawan lokal dan mancanegara serta memberikan dampak ekonomi dan pariwisata, namun dari segi dimensi fasilitas terlihat bahwa Indonesia dan khususnya Jakarta belum memadai dari segi keaslian atau ciri khas dan kebersihan lingkungan untuk menyelenggarakan konser Taylor Swift yang nyaman. Dengan kebersihan yang di utaman tentunya manfaat tersebut juga dapat dirasakan oleh berbagai pihak tidak hanya kepada para peserta konser tetapi juga masyarakat Jakarta lainnya penelitian ini sesuai dengan teori yang digunakan Pariwisata merupakan fenomena skala global yang besar dan terus berkembang dengan dampak sosial budaya dan politik yang beragam (Saarinen, 2016). Sehingga dengan di adakannya atraksi wisata seperti konser dari berbagai artis mancanegara tentunya dapat menarik wisatawan mancanegara tetapi berbanding terbalik dengan masyarat Indonesia, masyarakat Indonesia justru hanya tertarik dari pemberitaan yang sangat viral saja bukan tertarik kepada kegiatan atraksi wisata konser tersebut.

SIMPULAN

Berdasarkan deskripsi data kedua variabel di atas, dapat disimpulkan bahwa terpaan pemberitaan Swiftonomics berpengaruh signifikan terhadap minat wisatawan karena terpaan pemberitaan mengenai konser Taylor Swift di Singapura menarik perhatian pemerintah dan masyarakat, namun pencarian informasi lebih lanjut mengenai konser Taylor Swift di Singapura tidak menjadi perhatian utama dibandingkan dengan pencarian dampak pertumbuhan ekonomi melalui pemberitaan Swiftonomics terkait konser Taylor Swift di Singapura. Hal ini sesuai dengan pernyataan dimensi variabel Y yang menunjukkan bahwa dengan diadakannya konser Taylor Swift dapat meningkatkan kunjungan wisatawan lokal dan internasional serta dampak pertumbuhan ekonomi dan pariwisata di Indonesia.

Terpaan konten Swiftonomics memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap minat

wisatawan untuk berkunjung dengan perhitungan statistik melalui SPSS. Hasil uji validitas ini menyatakan bahwa variabel terpaan berita Swiftonomics berpengaruh terhadap variabel minat wisatawan untuk berkunjung dan dinyatakan valid. Dan dari hasil uji reliabilitas juga seluruh data dapat dinyatakan reliabel. Terdapat uji hipotesis yaitu uji T disimpulkan bahwa terdapat pengaruh dari variabel terpaan berita Taylor Swift terhadap keputusan berkunjung wisatawan mancanegara ke Indonesia, namun pengaruhnya tidak begitu besar karena angka yang didapat sebesar 62,8. Namun, berdasarkan hasil analisis data, masyarakat Indonesia lebih mendalami atau mencari dampak ekonomi dan pariwisata terkait pemberitaan dan informasi Swiftonomics dibandingkan dengan euforia konser Taylor Swift di Singapura.

REFERENSI

- Ahmadi, M., & Wohn, D. Y. (2018). The Antecedents of Incidental News Exposure on Social Media. *Social Media + Society*, 4(2), 205630511877282. <https://doi.org/10.1177/2056305118772827>
- Arroyo, M. A. (2023). Economic Impact of Women in Entertainment: A Case Study on Taylor Swift and Barbie. *Modern Economy*, 14(10), 1393–1403. <https://doi.org/10.4236/me.2023.1410071>
- Brida, J. G., & Cárdenas-García, P. J. (2024). Introduction: Special focus on tourism, economic development and environmental impact. *Tourism Economics*. <https://doi.org/10.1177/13548166241248244>
- Chimen, H., & Bayniyazov, A. (2023). The impact of social media on tourism. *Bulletin of L.N. Gumilyov Eurasian National University. JOURNALISM Series*, 143(2), 66–76. <https://doi.org/10.32523/2616-7174-2023-143-2-66-76>
- Christina, & Marta, R. F. (2019). Komunikasi Pariwisata Event Managing Klub Malam Di Jakarta Dan Bangkok. *OMNICOM Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Subang*, 5(2).
- CNN Indonesia. (2024, March). Luhut Mau Buat Konser Eksklusif Tandingi Tur Taylor Swift di Singapura Baca artikel CNN Indonesia “Luhut Mau Buat Konser Eksklusif Tandingi Tur Taylor Swift di Singapura” selengkapnya di sini: <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20240307164730-92-1071726/luhut-mau-buat-konser-eksklusif-tandingi-tur-taylor-swift-di-singapura>. Download Apps CNN Indonesia sekarang <https://app.cnnindonesia.com/>. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20240307164730-92-1071726/luhut-mau-buat-konser-eksklusif-tandingi-tur-taylor-swift-di-singapura>.
- Ghanad, A. (2023). An Overview of Quantitative Research Methods. *International Journal of Multidisciplinary Research and Analysis*, 06(08). <https://doi.org/10.47191/ijmra/v6-i8-52>
- Guo, L., Zhang, Y., Mays, K., Akyürek, A. F., Wijaya, D., & Betke, M. (2023). Agenda Setting, Cross-cutting Effects, and Political Expression on Social Media: The Gun Violence Case. *Communication Research*, 009365022311515. <https://doi.org/10.1177/00936502231151555>
- Hakiki, F. (2024). Kepentingan Nasional Singapura dalam Tur The Eras Taylor Swift Singapore’s National Interests in Taylor Swift’s The Eras Tour. *Mondial: Jurnal Hubungan Internasional*, 1(2), 93–120.
- Huseynov, I. H. O. (2023). Socio-cultural and economic nature of tourism and its methodological basis. *Technium Social Sciences Journal*, 39, 772–781.
- Korená, K., & Pártlová, P. (2023). Social Media As A Tool Of Building Reputation And Identity

- Of National Parks. *Communication Today*, 14(1), 116–134.
- Kusumasari, A. A., Syafitri, A. A., Selly, A. F., Buseri, D. P., Erlangga, F. R., & Jimenez, G. (2022). Social Media Instagram for Promoting Tourism In The Eastern Indonesia. *Bulletin of Social Informatics Theory and Application*, 6(1), 21–30. <https://doi.org/10.31763/businta.v6i1.598>
- Littlejohn, S. W. (2014). *Teori Komunikasi*. Salemba Humanika.
- Mardiastuti, A. (2022, August). Mengenal Rumus Slovin, Kapan Digunakan dan Contoh Soal . <https://www.detik.com/jabar/berita/d-6253944/mengenal-rumus-slovin-kapan-digunakan-dan-contoh-soal>.
- Melilli, E., & Veronese, P. (2024). Confidence distributiogambarns and hypothesis testing. *Statistical Papers*, 65(6), 3789–3820. <https://doi.org/10.1007/s00362-024-01542-4>
- Naila, S. G., Razzqia, F., Salsabila, A., Heryadi, R. D., Silvy, D., & Sari. (2024). Persaingan Ekonomi Anggota-Anggota ASEAN dalam Kepemilikan Eksklusif Konser Taylor Swift The Eras Tour di Singapura. *PIR Journal*, 9(2), 230–239.
- Nomleni, K. E. J. (2023). Analisis Fenomena Romance Scam dalam Komunikasi Interpersonal Love Scammer & Korban. In *Jurnal Communio : Jurnal Ilmu Komunikasi* , 12(2).
- Nurchayyo, B., & Riskayanto. (2018). Analisis Dampak Penciptaan Brand Image Dan Aktifitas Word Of Mouth (WOM) Pada Penguatan Keputusan Pembelian Produk Fashion. *Jurnal Nusamba*, 3(1), 14–29.
- Rana, S., Eshita, N. N., & Al Mamun, A. S. Md. (2021). Robust Normality Test in the Presence of Outliers. *Journal of Physics: Conference Series*, 1863(1), 012009. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1863/1/012009>
- Saarinen, J. (2016). Tourism and development. *Fennia – International Journal of Geography*. <https://doi.org/10.11143/50999>
- Sandoval-Almazan, R., Kavanaugh, A., & Criado, J. I. (2021). Introduction to the special issue on Social Media and Government. *Information Polity*, 26(4), 333–339. <https://doi.org/10.3233/IP-219012>
- Sofiani, O., & Octariana, V. (2021). Pengaruh Alun-Alun Kota Depok Terhadap Perkembangan Pariwisata Kota Depok. 1(9).
- ussfeeds. (2024). Menparekraf Sebut “Taylor Swift” Bisa Dongkrak Pariwisata dan Ekonomi Indonesia Sandiaga Uno Singgung Fenomena “Swiftonomics.” Instagram.Com.
- Virgili, J. R., Sierra, A., & Puche, J. S. (2022). Motivations For News Exposure In Different Media Systems: A Comparative Study Of Germany, Spain And The United Kingdom. *Communication Today*, 13(1), 60–72.
- viva. (2024, March). Viral Pria Pakai Kaus Rincian Biaya Nonton Konser Taylor Swift, Habiskan Rp34 Juta Demi Temani Istri Artikel ini sudah tayang di VIVA.co.id pada hari Selasa, 5 Maret 2024 - 08:26 WIB Judul Artikel : Viral Pria Pakai Kaus Rincian Biaya Nonton Konser Taylor Swift, Habiskan Rp34 Juta Demi Temani Istri Link Artikel : <https://www.viva.co.id/trending/1693522-viral-pria-pakai-kaus-rincian-biaya-nonton-konser-taylor-swift-habiskan-rp34-juta-demi-temani-istri> Oleh : Dian Lestari Ningsih. <https://www.viva.co.id/trending/1693522-viral-pria-pakai-kaus-rincian-biaya-nonton-konser-taylor-swift-habiskan-rp34-juta-demi-temani-istri>.