

**SKRIPSI**

**PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @*puncak\_sosok*  
TERHADAP MINAT KUNJUNGAN *FOLLOWERS***



**Oleh:**

**Susan Sandra**

**417100511**

**PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA  
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA**

**2021**

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @puncak\_sosok  
TERHADAP MINAT KUNJUNGAN *FOLLOWERS*



Oleh:

Susan Sandra

417100511

Telah disetujui oleh:

Pembimbing I

Dra. Enny Mulyantari, MM.

NIDN: 0026046101

Pembimbing II

Setyo Prasiyone, S.ST., M. SC.

NIDN: 0523098001

Mengetahui

Ketua Jurusan

Yadi Setiawan, SH, MM

NIDN: 0508066401

**BERITA ACARA UJIAN**

**PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @puncak\_sosok  
TERHADAP MINAT KUNJUNGAN *FOLLOWERS***

**SKRIPSI**

**Oleh :**

**SUSAN SANDRA**

**417100511**

**Telah dipertahankan di Depan Tim Penguji**

**Dan Dinyatakan LULUS**

**Pada Tanggal... 25 Juni 2020**

**TIM PENGUJI :**

**Penguji Utama : Drs. Prihatno, M.M  
NIDN. 0526125901**

.....

**Pembimbing I : Dra. Enny Mulyantari, M.M  
NIDN. 0026046101**

.....

**Pembimbing II : Setyo Prasiyono, S.ST.,M.SC  
NIDN. 0523098001**

.....

**Mengesah  
Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA**



**Drs. Prihatno, M.M  
NIDN. 0526125901**

## PERNYATAAN KEASLIAN DATA SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Susan Sandra

NIM : 417100511

Program Studi : Usaha Perjalanan Wisata

Judul Skripsi : *PENGARUH MEDIA SOSIAL **INSTAGRAM**  
@puncak\_sosok TERHADAP MINAT KUNJUNGAN  
FOLLOWERS*

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri, baik untuk naskah laporan maupun kegiatan pengambilan data dalam skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Dernikian pernyataan ini saya buat dengan keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 16 juni 2021

Pembuat Pernyataan,



Penulis

## **HALAMAN MOTTO**

Hanya pendidikan yang bisa menyelamatkan masa depan, tanpa pendidikan

Indonesia tak mungkin bertahan.

(Najwa Shihab)

Kita buat hari ini lebih besar dari imajinasi, kemudian kejar dan buat semua

mimpimu menjadi nyata.

(Susan Sandra)

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Puji dan syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa. Karena berkat dan kasihnya saya selaku penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Karya tulis ini saya persembahkan dan saya ucapkan terima kasih kepada:

1. Orang tua saya yang sudah mendoakan segala yang terbaik untuk saya. Tiada keberhasilan tanpa doa orang tua. Kepada kakak serta adik saya tercinta terima atas hantaran doa baiknya.
2. Sahabat serta teman-teman tercinta atas doa dan dukungan semangatnya.
3. Natalie Angelina yang telah memberikan energi semangat juang untuk menulis.
4. Alexander Andi Kurnianto yang telah memberikan pencerahan, nasehat dan bimbingannya.
5. Dosen pembimbing saya yang telah membimbing saya sejauh ini sehingga terlaksanakannya skripsi ini dengan baik.

Terakhir penulis persembahkan sebuah karya tulis skripsi untuk bisa memenuhi syarat tugas utama guna untuk menyelesaikan tugas utama dimasa perkuliahan. Atas semua pelajaran, ilmu pengetahuan, pengalaman yang telah penulis peroleh. Semoga dari semua yang telah didapatkan bisa menjadi bekal bagi penulis untuk melangkah menuju kehidupan dan pembelajaran yang baru.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat dan kasihNya saya selaku penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Media Sosial Instagram @puncak\_sosok Terhadap Minat kunjungan Followers”**. Penulisan skripsi ini dilakukan sebagai syarat untuk mencapai gelar Sarjana Terapan Pariwisata, Program Studi Usaha PerjalananWisata, Sekolah Tinggi Pariwisata Ampta Yogyakarta.

Fokus skripsi ini adalah menjelaskan Pengaruh Media Sosial *Instagram* @puncak\_sosok Terhadap Minat Kunjungan *Followers*. Sebagai salah satu Industri pariwisata tentu akan sangat penting mengetahui cara penggunaan media sosial sebagai alat promosi untuk meningkatkan sebuah kunjungan followers disebuah akun yang terkait.

Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bantuan banyak pihak. Oleh sebab itu penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang sudah berperan dengan baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga selesailah skripsi ini.

Ucapan terima kasih dan penghargaan penulis ucapkan kepada:

1. Dra. Enny Mulyantari, MM. selaku Pembimbing I yang telah memberikan arahan dan bimbingan dengan sabar dalam penulisan skripsi ini.
2. Setyo Prasiyono, S.ST, M. SC selaku Pembimbing II yang telah dengan sabar dan memberikan arahan petunjuk pada penulisan skripsi ini.

3. Drs. Prihatno, M.M selaku penguji utama dan ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang telah melancarkan dan mendukung selesainya skripsi ini.
4. Yudi Setiaji, SH. MM selaku ketua jurusan UPW yang telah mendukung selesainya skripsi ini.
5. Zainal Abidin selaku konten kreator yang telah memberikan izin kepada penulis sehingga terlaksanakan penelitian ini.
6. Terima Kasih kepada seluruh responden penelitian yang telah memberikan waktunya untuk menyampaikan informasi serta mengisi angket penelitian. Semoga bantuan dari Bapak/Ibu, seluruh responden serta teman-teman yang telah berkontribusi dalam penyelesaian skripsi ini dibalas dengan berkat yang baik oleh Tuhan Yang Maha Esa.

Akhir kata penulis berharap semoga hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi penelitian yang serupa. Tak lupa penulis berharap semoga adanya kritikan dan saran yang membangun untuk penelitian berikutnya.

Yogyakarta, 16 Juni 2021

Susan Sandra



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
BERITA ACARA UJIAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN DATA SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Batasan Masalah .....	4
D. Tujuan Penelitian .....	4
E. Manfaat Penelitian .....	4
BAB II LANDASAN TEORI.....	6
A. Pengaruh .....	6
B. Media Sosial .....	6
C. Instagram .....	8
1. Pengertian Instagram .....	8
2. Fitur Instagram .....	10
D. Minat Kunjungan.....	12
E. Kerangka Pemikiran .....	16
F. Penelitian Terdahulu.....	18
G. Hipotesis .....	20
BAB III METODE PENELITIAN.....	21

A. Jenis Penelitian .....	21
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	21
C. Populasi dan Sampel.....	21
D. Variabel Definisi Operasional dan Indikator .....	22
1. Variabel .....	22
2. Definisi Operasional.....	23
E. Metode pengumpulan Data.....	23
F. Uji Kelayakan Instrumen.....	26
G. Teknik Analisis Data .....	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	30
A. Deskripsi Objek Penelitian .....	30
1. Lokasi .....	30
2. Sejarah .....	31
3. Kepengurusan .....	32
4. Tujuan Pengembangan .....	32
5. Perkembangan Terkini .....	33
B. Karakteristik Responden.....	35
C. Uji Kelayakan Instrumen.....	36
1. Uji Validasi.....	36
2. Uji Reliabilitas.....	37
D. Uji Kelayakan Variabel .....	39
E. Hasil Analisis Data .....	40
1. Uji Regresi Berganda .....	40
2. Uji F (Simultan).....	41
3. Uji t (Parsial) .....	42
4. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	46
F. Pembahasan .....	47
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	48
A. Kesimpulan dan Saran .....	48
DAFTAR PUSTAKA .....	49
LAMPIRAN.....	51

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 3.1 Tabel Pengumpulan Data.....	26
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	35
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Umur .....	35
Tabel 4.3 Data Skor Angket .....	40

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	16
Gambar 4.1 Peta Kawasan Puncak Sosok.....	30
Gambar 4.2 Struktur Kepengurusan Pokdarwis Desa Bawuran .....	32
Gambar 4.3 Pendopo di Kawasan Puncak Sosok .....	33
Gambar 4.4 Pusat Kuliner di Kawasan Puncak Sosok.....	34
Gambar 4.5 Panggung Hiburan di Kawasan Puncak Sosok .....	34
Gambar 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	35
Gambar 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	36
Gambar 4.8 Validasi Instrumen Kuesioner.....	37
Gambar 4.9 Reliabilitas Statistik Keseluruhan .....	38
Gambar 4.10 Reliabilitas Statistik Masing- Masing Item.....	38
Gambar 4.11 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	41
Gambar 4.12 Hasil Uji F (simultan).....	41
Gambar 4.13 Hasil Uji t (parsial).....	43
Gambar 4.14 Data Insight Akun Instagram @puncak_sosok .....	45
Gambar 4.15 Hasil Koefisien Determinasi .....	46

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Ijin Penelitian .....	51
Lampiran 2.1 Pedoman Wawancara .....	52
Lampiran 2.2 Transkrip Wawancara .....	53
Lampiran 3.1 Instrumen Angket .....	55
Lampiran 3.2 Tabulasi Data Angket .....	57
Lampiran 3.3 Tabulasi Data Angket Variabel Media Sosial Instagram .....	60
Lampiran 3.2 Tabulasi Data Angket Variabel Minat Kunjungan Followers...	63
Lampiran 4. Dokumen Penelitian .....	65

## ABSTRAK

Media sosial *Instagram* merupakan aplikasi berbasis foto dan video yang memberikan layanan bagi pengguna untuk mengunggah, membagi foto dan video. Media sosial *Instagram* digunakan sebagai media pencarian informasi dan dokumentasi, Selain itu media sosial *Instagram* juga sering dimanfaatkan oleh pengelola kawasan wisata untuk mempromosikan tempat wisata dengan tujuan untuk meningkatkan minat kunjungan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh media sosial *instagram @puncak\_sosok* terhadap minat kunjungan *followers*.

Penelitian ini menggunakan metode jenis penelitian kuantitatif deskriptif dengan menggunakan teknik purposive sampling, data penelitian diambil menggunakan angket dengan jumlah 101 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda yang mencangkup uji f dan uji t, selanjutnya menggunakan Koefisien determinasi yang berguna untuk melihat hasil prosentase yang diberikan pengaruh media sosial *Instagram @puncak\_sosok* terhadap minat kunjungan *followers*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai f hitung  $>$  f tabel yaitu  $18,32\% > 3,94$  yaitu terdapat pengaruh secara signifikan terhadap minat kunjungan *followers*. Berdasarkan uji t menunjukkan bahwa hanya fitur *followers* yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat kunjungan *followers*. Hal ini ditunjukkan dengan t hitung  $= 3.486 >$  t tabel 1.66 dan nilai sig  $0.001 < 0.05$ . Berdasarkan hasil Koefisien Determinasi bahwa nilai *Adjusted R Square* adalah sebesar 0.342 yang berarti bahwa prosentase sumbangan pengaruh variabel media sosial *Instagram (followers, tanda suka, dan explore)* terhadap minat kunjungan *followers* adalah sebesar 34,2 % atau variasi variabel media sosial *Instagram (followers, tanda suka, dan explore)* mampu menjelaskan sebesar 34,2 % variasi variabel minat kunjungan *followers*. Angka tersebut menunjukkan pengertian bahwa sumbangan pengaruh variabel media sosial *Instagram @puncak\_sosok* terhadap minat berkunjung *followers* adalah sebesar 34,2 %. Media sosial *Instagram @puncak\_sosok* berpengaruh terhadap Minat Berkunjung *followers*,

Kata Kunci: *Instagram*, Minat Kunjungan, dan *Followers*

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Sektor pariwisata merupakan industri yang sangat strategis dan memiliki potensi untuk dikembangkan. Perkembangan pariwisata yang begitu pesat di era digital ini, tidak terlepas dari dorongan ide pelaku pariwisata yang berlomba-lomba untuk mencari hal yang baru, menarik, dan menantang demi pemanfaatan potensi pariwisata Indonesia. Kata pariwisata memiliki arti dan makna yang sangat luas dan berbeda. Berdasarkan UU No. 10 Tahun 2009, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, dan daerah. Menurut UU No. 10 Tahun 2009 pasal 14, usaha pariwisata dibagi menjadi 13 jenis, yaitu daya tarik wisata, kawasan pariwisata, transportasi wisata, jasa perjalanan wisata, jasa makanan dan minuman, penyediaan akomodasi, penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi, penyelenggaraan pertemuan, perjalanan insentif, konferensi dan pameran, jasa informasi wisata, jasa konsultan pariwisata, jasa pramuwisata, wisata tirta, dan spa.

Dunia pariwisata tidak terlepas dari dukungan teknologi informasi, khususnya media sosial, yang dapat memberikan kemudahan wisatawan dalam mencari informasi. Selain itu, media sosial juga sering dimanfaatkan oleh pengelola kawasan wisata untuk mempromosikan tempat wisata. *Eisenberg* dalam Pakuningjati (2015:6) menyimpulkan bahwa media sosial, dalam definisi yang lebih efektif dan mudah dipahami, sebagai platform *online* untuk

berinteraksi, berkolaborasi dan menciptakan atau membagi berbagai macam konten digital. Media sosial, dalam istilah non-teknologi, dapat didefinisikan sebagai cara orang berbagi ide, konten dan pemikiran, serta hubungan secara online, Scoot dalam Pakuningjati (2015:5).

Berdasarkan data dari *We Are Social* dalam detik.com, pada tahun 2020 terdapat 175,4 juta pengguna internet di Indonesia. Angka tersebut mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya sebesar 17% atau 25 juta. Berdasarkan jumlah total populasi yang berjumlah 271,1 juta orang, hal ini menunjukkan 64% penduduk Indonesia merupakan pengakses internet. Pada tahun 2020 pula pengguna media sosial di Indonesia berjumlah 160 juta, dan terdapat peningkatan 10 juta orang dari tahun 2019. Peningkatan pengguna media sosial di Indonesia dapat dimanfaatkan sebagai salah satu alternatif dalam mempromosikan kawasan wisata.

Beberapa media sosial yang sedang trend saat ini adalah *Facebook*, *Twitter* ataupun *Instragam*. Salah satu media sosial yang paling banyak diakses adalah *instagram*. *Instagram* memiliki beberapa fitur yang dapat dimanfaatkan pengguna untuk berbagi informasi, baik itu foto maupun video. Selain itu, pemanfaatan fitur-fitur ini juga dapat berguna untuk mempromosikan suatu produk, ataupun jasa. Contohnya adalah bagaimana sebuah tempat wisata memanfaatkan media sosial *instagram* dalam mempromosikan tempat tersebut. Oleh karena itu, pemanfaatan media sosial diharapkan mampu meningkatkan minat kunjungan *followers* serta niat berwisata ke destinasi yang dipromosikan.



Minat berkunjung merupakan minat yang dimiliki oleh seseorang atau sekelompok orang untuk melakukan suatu perjalanan dari satu daerah ke daerah lainnya dengan tujuan berwisata. Hal ini dapat dipengaruhi oleh seberapa baik promosi yang dilakukan oleh pihak pengelola, salah satunya melalui media sosial *instagram*. Selain itu jumlah *followers* dari akun tersebut akan berimbas pada pengguna lain untuk turut serta mengikuti akun tersebut.

Yogyakarta memiliki berbagai macam potensi wisata, baik itu wisata alam, wisata kuliner maupun wisata religi. Potensi wisata yang terdapat di Yogyakarta juga ditambah dengan keberagaman wisatawan lokal maupun mancanegara yang mengunjungi daerah tersebut. Hal ini tidak terlepas dari interaksi jarak jauh maupun dekat, maka sebagian besar *followers* tentunya memanfaatkan media sosial *instagram* sebagai media pencarian informasi dan dokumentasi. Salah satu contoh wisata adalah Puncak Sosok yang menawarkan keindahan alam. Keindahan yang dapat dinikmati seperti melihat panorama sunset, berfoto ria, menikmati musik akustik, dan menikmati aneka sajian makanan dan minuman tradisional.

Puncak Sosok dapat ditempuh melalui jalur darat sejauh 16 kilometer dari kota Yogyakarta, untuk alur perjalanan pengunjung mengambil arah menuju jalan Pleret – Patuk kemudian mengambil arah utara sebelum jalan Cino Mati. Puncak Sosok yang jauh dari pusat kota sulit untuk dikunjungi dan diketahui oleh wisatawan secara luas, karena tidak ada media alternatif yang memberikan kemudahan untuk mencari informasi. Sehingga pemanfaatan dan pengenalan media sosial bisa menjadi media alternatif untuk memberikan kemudahan dalam

pencarian informasi. Berdasarkan artikel yang dimuat pada laman suarajogja.id pada tanggal 30 Agustus 2020, pihak dari Puncak Sosok menyatakan bahwa jumlah pengunjung sebelum masa pandemi berkisar antara 1000 sampai 3000 wisatawan.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai "**Pengaruh Media Sosial Instagram @puncak\_sosok terhadap Minat Kunjungan *Followers***"

## **B. Rumusan Masalah**

Agar penelitian ini dapat dilakukan secara mendalam maka penulis perlu membuat rumusan masalah dalam penelitian ini, yang dikaji dalam penelitian ini ialah Apakah ada Pengaruh Media Sosial Instagram @puncak\_sosok terhadap Minat Kunjungan *Followers*

## **C. Batasan Masalah**

Untuk menghindari meluasnya topik yang diangkat, peneliti hanya meneliti 3 dari 6 indikator menurut Rahmawati yaitu mengenai “ Apakah ada Pengaruh Media Sosial *Instagram @puncak\_sosok* terhadap Minat Kunjungan *Followers*”.

## **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Media Sosial *Instagram @puncak\_sosok* terhadap Minat Kunjungan *Followers*.

## **E. Manfaat Penelitian**

Ada pun manfaat penelitian ini adalah:

1. Manfaat bagi Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS).

Sebagai bahan masukan dalam mengembangkan dan menyempurnakan kawasan puncak sosok terutama pada pemanfaatan media sosial, khususnya Instagram. Hal ini agar dapat meningkatkan minat kunjungan dikawasan tersebut.

2. Manfaat bagi STP AMPTA

Sebagai bahan acuan dan referensi pada penelitian sejenis apabila akan diadakan penelitian di masa yang akan datang dari kalangan pelajar atau mahasiswa.

3. Manfaat bagi penulis

Menambah wawasan bagi penulis tentang bagaimana upaya pemanfaatan pengguna media sosial Instagram dalam meningkatkan minat kunjungan.