

**ANALISIS EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI
MEDIA PROMOSI PARIWISATA DI HUTAN PINUS MANGUNAN
DLINGO KABUPATEN BANTUL**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

Sefi Frista Legoh

517100827

**PROGRAM STUDI S1 PARIWISATA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA**

2022

HALAMAN PENGESAHAN

ANALISIS EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI
MEDIA PROMOSI PARIWISATA DI HUTAN PINUS MANGUNAN
DLINGO KABUPATEN BANTUL



Disusun Oleh

Sefi Frista Legoh

NIM 517100827

Telah Disetujui Oleh :

Pembimbing I

Drs. Budi Hermawan, M.M
NIDN. 0523026601

Pembimbing II

Pian Damasdino, S.JP., M.Sc
NIDN. 0525098901

Mengetahui

Ketua Program Studi Pariwisata

Arif Dwi Saputra, S.S., M.M
NIDN. 0525047001

BERITA ACARA UJIAN
ANALISIS EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL. INSTAGRAM SEBAGAI
MEDIA PROMOSI PARIWISATA DI HUTAN PINUS MANGUNAN
DLINGO KABUPATEN BANTUL



Telah dipertahankan di depan tim penguji dan dinyatakan lulus
pada tanggal: 17 juni 2022

TIM PENGUJI

Penguji Utama : Mona Erythrea Nur Islami, S.IP., M.A
NIDN. 0516097101

Pembimbing I : Drs. Budi Hermawan, M.M
NIDN. 0523026601

Pembimbing II : Fian Damasdino, S.IP., M.Sc
NIDN. 0525098901

Mengetahui
Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta

Drs. Prihasto, M.M
NIDN. 0526125901

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sefi Frista Legoh
Nim : 517100827
Program studi : Pariwisata
Judul : Analisis Efektivitas Media Sosial Instagram Sebagai
Media Promosi Pariwisata Di Hutan Pinus Mangunan
Dlingo Bantul

Dengan ini menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjaan di suatu Perguruan Tinggi dan pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis terdapat dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 17 juni 2022



Sefi Frista Legoh

HALAMAN MOTO

“Kuatkanlah dan teguhkanlah hatimu, janganlah takut dan gemetar karena mereka, sebab Tuhan, BapaMu Dialah yang berjalan menyertai engkau dan tidak akan meninggalkan engkau” Ulangan 31:6

“Jika hanya ada tersisa 1% berjuanglah dan berharap maka Tuhan akan senantiasa jalan keluar akan menyusul dengan orang-orang yang berpengharapan”

“Jangan berharap pada manusia karena semua manusia mengecewakan”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Terimakasih saya panjatkan pujian syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala pertolongan dan kasih karunianya sehingga saya bisa ada sampai pada tahap ini dengan niat dan doa yang saya panjatkan ke kapadaNya. Taklupa juga saya mengucapkan terimakasih kepada orang-orang yang sudah terlibat saya persembahkan kepada:

1. Kepada orang Tua saya yang sudah memberikan nasehat, kekuatan dan semangat kepada saya dan juga untuk kedua adik laki-laki saya yang selalu mensupport apa pun yang saya lakukan.
2. Untuk teman-teman saya yang selalu memberi semangat dan membantu saya dalam mengerjakan tugas akhir skripsi, kepada sahabat-sahabt ku yang selalu setia menolongku saat aku butuh bantuan menemani dalam hal kesusahan apa pun yang terjadi mereka tetap mendukung saya sehingga saya bias dalam menyelesaikan sampai pada tahap ini.
3. Yang terakhir untuk diri saya sendiri yg masih tetap bertahan walau banyak masalah dan rintangan yang datang sehingga membuat diri ini mau menyerah akan tetapi atas pertolongan Tuhan dan orang-orang baik yang sudah Tuhan kirim dan cinta kasih dari orang tua yang membuat saya bias bertahan dalam mengerjakan segala hal.

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa berkat rahmatNya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar. Penulisan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Kepariwisata pada Program Studi Sarjana Pariwisata di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Fokus penelitian skripsi ini adalah menjelaskan bagaimana eektivitas Instagram @hutanpinusmangunan dalam mempromosikan obyek wisatanya . Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak.

Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang turut berperan atas terwujudnya skripsi ini. Ucapan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya penulis sampaikan kepada:

1. Kepada Drs Budi Hermawan, M.M,. selaku pembimbing I yang telah dengan sabar dan bijaksana dalam memberikan bimbingan dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
2. Bapak Fian Damasdino, SIP.,M.Sc selaku pembimbing II yang telah dengan sabar dan bijaksana dalam memberikan bimbingan dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
3. Bapak Arif Dwi Saputra,S.S.,M., selaku Ketua Program Studi Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata Ampta Yogyakarta yang telah membimbing dan mendidik selama melakukan studi di Sekolah Tinggi Pariwisata Ampta Yogyakarta.
4. Bapak Anang Suhendry selaku Pengelola Destinasi Hutan Pinus Mangunan yang telah membantu memberikan informasi dan meluangkan waktunya untuk kepentingan observasi peneliti.
5. Para responden yang telah berkenan meluangkan waktu untuk menyampaikan berbagai informasi dan mengisi kuisisioner penelitian.
6. Seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu-satu yang telah berkontribusi.

Semoga bantuan Bapak dan Ibu dicatatat sebagai amal ibadah oleh Tuhan Yang Maha Kuasa.

Akhir kata, penulis berharap semoga hasil penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak. Tidak lupa penulis berharap adanya kritik dan saran yang membangun dapat disampaikan pembaca guna penyempurnaan penelitian berikutnya.

Yogyakarta, 17 juni 2022

Sefi Frista legoh

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
BERITA ACARA UJIAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
HALAMAN MOTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Batasan Masalah	4
C. Rumusan Masalah.....	4
D. Tujuan Penelitian	4
E. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	6
B. Penelitian Terdahulu	19

C. Kerangka Pemikiran.....	22
D. Hipotesis Penelitian	24
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Metode penelitian	25
B. Teknik Pengumpulan Data.....	29
C. Metode pengumpulan data.....	31
D. Metode Analisis Data	34
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum.....	38
B. Karakteristik Data Penelitian	42
C. Media Promosi	61
D. Uji Kelayakan Instrumen	68
E. Hasil Uji Analisis Data.....	70
F. Pembahasan	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	79
B. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Luas wilayah	30
Tabel 4.2 Hasil uji berdasarkan usia	44
Tabel 4.3 Hasil uji jenis kelamin.....	45
Tabel 4.4 Hasil uji perkawinan	46
Tabel 4.5 Hasil uji pendidikan terakhir	47
Tabel 4.6 Hasil uji pekerjaan	48
Tabel 4.7 Hasil uji asal daerah	49
Tabel 4.8 Hasil uji frekuensi pesan	59
Tabel 4.9 Hasil uji daya tarik pesan	63
Tabel 4.10 Hasil uji dari attention.....	64
Tabel 4.11 Hasil uji interest	66
Tabel 4.12 Hasil uji search	67
Tabel 4.13 Hasil uji action	68
Tabel 4.14 Hasil uji share.....	69
Tabel 4.15 Hasil uji validasi.....	70
Tabel 4.16 Hasil uji reliabilitas	73
Tabel 4.17 Hasil uji PPM	74
Tabel 4.18 Hasil uji t	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka pemikiran	25
Gambar 4.1 Logo hutan pinus	40
Gambar 4.2 Tampilan akun instagram	42
Gambar 4.3 tampilan feed	52
Gambar 4.4 tampilan feed	52
Gambar 4.5 Judul (caption)	52
Gambar 4.6 Hastag (#)	53
Gambar 4.7 Geotag	34
Gambar 4.8 Geotag	34
Gambar 4.9 Followers	55
Gambar 4.10 Jumlah like	56
Gambar 4.11 Komentar	57
Gambar 4.12 Instagram Story	58
Gambar 4.13 intregasi kedia sosial	59
Gambar 4.14 Fitur kamera	60
Gambar 4.15 Aeroba (@)	61

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat permohonan
- Lampiran 2 Surat permohonan izin ke destinasi Hutan Pinus Mangunan
- Lampiran 3 Kuisioner penelitian
- Lampiran 4 Tabulasi data
- Lampiran 5 Uji reliabel
- Lampiran 6 Dokumentasi pribadi

ABSTRAK

Media sosial instagram merupakan salah satu sarana promosi dari Hutan pinus Mangunan dalam memberikan berbagai macam informasi dan promosi lewat postingan akun instagram Hutan Pinus Mangunan yang ditujukan kepada pengunjung/followers sehingga. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui korelasi Antara media sosial Instagram dengan efektivitas promosi melalui Instagram @hutanpinusmangunan. Faktor apa saja yang mempengaruhi *followers* untuk berkunjung ke Hutan Pinus Mangunan.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan cara teknik sampling incidental sejumlah 100 responden dengan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk menjawab pertanyaan. Responden yang merupakan followers dari akun Instagram @hutanpinusmangunan. Metode yang di lakukan dalam penelitian ini untuk mencari data kuisoner adalah dari analisis hasil uji validitas dan realibitas, sedangkan untuk hasil datanya menggunakan uji Person Produk moment dan uji t.

Hasil dari penelitian ini adalah hipotesis Ha dapat diterima dan dengan data yang ada hubungan korelasi yang signifikan antara media promosi dengan eektivitas promosi dalam mode AISAS dalam hasil analisis Person Produk moment di sebutkan bahwa hasil r hitung mendapat $0,624 > 0,195$ dengan nilai signifikan $0,001 < 0,05$ yang berarti keterdedahan media memiliki nilai positif atau berbanding searah bahwa pengaruh variable X terhadap Y sebesar sebesar $7,911 > 1,987$ dengan nilai signifikan $0,001 < 0,05$. Hipotesis kedua ini tidak dapat ditolak dan Ha di terima. Ketiga efektivitas Instagram dalam melakukan Promosi lewat akun @hutanpinusmangunan cukup efektif dilihat dari mode AISAS.

Kata kunci : Media social Instagram, efektivitas Promosi, hutan pinus mangunan

ABSTRACT

Instagram social media is one of the promotional tools for the Mangunan Pine Forest in providing various kinds of information and promotions through posting to the Mangunan Pine Forest Instagram account aimed at visitors/followers. The purpose of this study was to determine the correlation between the exposure of Instagram social media and the effectiveness of promotion through Instagram @hutanpinusmangunan. And what factors influence followers to visit the Mangunan Pine Forest.

The data collection method in this study used a sampling technique of 100 respondents with a set of written questions to respondents to answer questions. Respondents who are followers of the Instagram account @hutanpinusmangunan. The method used in this study to find questionnaire data is from the analysis of the results of the validity and reliability tests, while for the data results using the Person Product moment test and t test.

The results of this study are the hypothesis H_a is acceptable and with the data that there is a significant correlation between media exposure and promotion effectiveness in AISAS mode in the results of the Person Product moment analysis, it is stated that the r -count results get $0.624 > 0.195$ with a significant value of $0.001 < 0, 05$ which means that the exposure of the media has a positive value or is proportional to the direction that the influence of the X variable on Y is $7.911 > 1.987$ with a significant value of $0.001 < 0.05$. This second hypothesis cannot be rejected and H_a is accepted. The three effectiveness of Instagram in promoting through the @hutanpinusmangunan account is quite effective from the AISAS mode.

Keywords: *Instagram social media, promotion effectiveness, mangunan pine forest*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia memiliki jumlah penduduk yang besar dengan berbagai kultur suku, ras dan agama yang beraneka ragam dengan banyak sekali potensi perubahan sosial, dari berbagai kalangan dan usia hampir semua masyarakat Indonesia memiliki dan menggunakan media sosial.

Perkembangan jaman yang semakin pesat membuat teknologi tidak terlepas dari bertumbuhnya kebutuhan manusia di bumi. Teknologi memberikan banyak kemudahan bagi manusia untuk menyelesaikan masalah pekerejaanya, tak terkecuali dalam berkomunikasi.

Kehadiran *smartphone* mampu memberikan manfaat dan kemudahan bagi penggunanya, dari berbagai kalangan dan usia hampir semua masyarakat Indonesia memiliki *smarthphone* dan menggunakan media sosial sebagai salah satu sarana guna memperoleh dan menyampaikan informasi kepublik. Di era globalisasi ini tekonoigi semkain maju dan membuat tempat bagi media sosial untuk mempunyai pengaruh yang besar dalam kehidupan seseorang salahsatunya yaitu media sosial Instagram. *Instagram* adalah media sosial yang sangat bertautan erat dengan perkembangan dunia pariwisata guna sebagai media promosi untuk akun @hutanpinusmangunan. *Brand Developmen Lead Instagram* APAC Paul Webster mengungkapkan bahwa sejak diluncurkan pada tahun

2010 aplikasi *instagram* telah memiliki 400 juta lebih pengguna aktif dari seluruh dunia. Indonesia sendiri adalah salah satu negara dengan jumlah pengguna *instagram* terbanyak dengan 89% yang berusia 18-34 tahun setidaknya mengakses *instagram* seminggu sekali. Rata-rata pengguna *instagram* mayoritas anak muda dengan berusia 18-24 tahun sebanyak 59%, usia 24-34 tahun 30% dan yang berusia 34-45 tahun sebanyak 11%. Pengguna *instagram* terbanyak adalah mayoritas perempuan dengan presentase 63% dan laki-laki sebanyak 37%

Hutan Pinus Mangunan menurut penulis, mempunyai sesuatu yang berbeda dengan pariwisata-pariwisata lainnya yang ada di daerah Yogyakarta khususnya di daerah Bantul, Salah satu tempat wisata di Yogyakarta dengan memanfaatkan sumber daya alam yang ada yaitu agrowisata Kebun Buah Mangunan di Kecamatan Dingo, Kabupaten Bantul. disini pengunjung dapat menikmati keindahan alam yang sangat luar biasa. Dari kabut yang menyelimuti hutan dan sekitarnya, hingga pemandangan terbitnya matahari. Suasana sejuk dan asri yang masih terjaga menambah kualitas daya tarik disini. Sedangkan ada beberapa titik di dalam hutan pinus yang sengaja dibuat oleh pengelola seperti; Gazebo, Tangga, Jembatan, Tempat duduk, dll yang terbuat dari kayu dan batu untuk menambah daya tarik di hutan pinus.

Destinasi ini melakukan yang masif di berbagai media sosial salah satunya melalui *instagram* Ada terdapat kurang lebih dari 75.000 yang berisi foto dan video dengan kata kunci tagar #hutanpinusmangunan dan

50.000 lebih foto dan video dengan kata kunci tagar #hutanpinusimogiri yang diunggah ke *Instagram* oleh pengguna dengan latar belakang hutan pinus dan pemandangan alam di Hutan Pinus Mangunan. Pengguna media sosial digunakan oleh masyarakat dalam melakukan banyak aktifitas. Salah satu produsen memanfaatkan sosial media yang ada guna menarik perhatian para masyarakat dengan produk yang ditawarkan di *feed instagram* dengan mengekspose spot-spot foto yang ada di hutan pinus mangunan.

Berdasarkan uraian di atas ditunjukkan dengan jumlah *followers* dan paparan dalam akun media sosial *instagram* @hutanpinusmangunan lebih banyak dibandingkan dengan akun media sosial lainnya serta atas dasar inilah peneliti melakukan penelitian dengan judul Analisis efektivitas media sosial *instagram* sebagai media promosi pariwisata di Hutan Pinus Mangunan Dlingo Bantul serta berapa seberapa besar pengaruh dari *instagram* sebagai media promosi pariwisata yang dapat mempengaruhi tingkat kunjungan di hutan pinus mangunan. Dugaan sementara penulis pada penelitian ini adalah adanya hubungan yang kuat antara pengaruh efektivitas media sosial *instagram* sebagai media promosi pariwisata yang dapat mempengaruhi kunjungan wisatawan di hutan pinus mangunan.

Selain itu promosi juga dilakukan dengan menggandeng beberapa selebgram ataupun mengunggah konten di akun-akun besar tentang informasi destinasi wisata hutan pinus mangunan yang ada di Yogyakarta. Berdasarkan uraian di atas penulis mengambil penelitian yang berjudul

“Analisis Efektivitas Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pariwisata Di Hutan Pinus Mangunan Dlingo Bantul”.

B. Batasan Masalah

Pada penelitian ini diberi batasan penelitian agar lebih fokus terhadap masalah yang diteliti penulis memfokuskan bagaimana pengaruh Analisis efektivitas media sosial instagram sebagai media promosi pariwisata di Hutan Pinus Mangunan Dlingo, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta., yang mana dalam analisisnya peneliti menggunakan eektivitas media promosi model AISAS, media sosial instagram

C. Rumusan Masalah

Bedasarkan latar belakang yang telah diuraikan, yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana eektivitas media sosial *instagram* sebagai media promosi hutan pinus mangunan?
2. Apa saja Faktor-faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan dalam mengunjungi destinasi Hutan Pinus Mangunan dengan menggunakan media sosial *instagram*?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari latar belakang di atas, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan :

1. Mengetahui epektifitas media sosial *instagram* @hutanpinusmangunan sebagai media promosi.
2. Mengetahui faktor – faktor yang mempengaruhi para wisatawan d alam mengunjungi Hutan Pinus Mangunan dengan adanya media sosial *instagram*.

E. Manfaat Penelitian

Penulis berharap Melalui dari penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi pengelola, diharapkan dapat menjadi bahan masukan kreatif dalam mengelolah sosial media *instagram* untuk menarik perhatian dari wisatawan. Serta dapat membangun kenyamanan dan keamanan saat berkunjung ke destinasi.
2. Bagi pemerintah daerah diharapkan dapat membantu kebijakan-kebijakan di destinasi wisata Hutan Pinus Mangunan serta dapat mengetahui fenomena yang terjadi di destinasi.
3. Bagi mahasiswa STP AMPTA diharapkan menjadi pedoman penelitian untk melakukan pengujian dari sebuah teori yang sebelumnya sudah ada dengan tujuan dapat meningkatkan kualitas informasi bagi mahasiswa STP AMPTA.
4. Bagi penulis diharapkan dapat menjadi sebuah landasan dalam dunia kerja nanti dari ilmu yang telah dipelajari selama bangku kuliah dan dalam melakukan penelitian ini yang ada di destinasi wisata Hutan Pinus Mangunan.