

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan di Hutan Pinus Mangunan terdapat kesimpulan sebagai berikut

1. Media promosi Dari hasil uji t dapat diketahui bahwa pengaruh variable X terhadap Y sebesar sebesar $7,911 > 1,987$ dengan nilai signifikan $0,001 < 0,05$. Dari nilai tersebut membuktikan bahwa H_a di terima, sehingga dapat dikatakan bahwa “ada pengaruh yang signifikan antara keterdedahan media dengan efektivitas promosi”.
2. Berikutnya untuk media promosi dengan efektivitas media sosial mendapat nilai hasil r hitung $0,624 > 0,195$ dengan nilai signifikan $0,001 < 0,05$ yang berarti media promosi memiliki nilai positif atau berbanding searah
3. Hal ini dapat disimpulkan bahwa media promosi dan efektivitas media sosial instagram mempunyai Efektivitas promosi pariwisata dari akun Instagram @hutanpinusmangunan dari berbagai aspek promosi melalui postingan foto/video maupun live Instagram yang dilakukan oleh pihak pengelola penelitian yang dapat membuat followers tertarik melalui fitur-fitur yang ditawarkan dan diolah dengan baik oleh pihak pengelola/admin yang dilakukan oleh akun @hutanpinusmangunan semakin baik dan naik seiring promosi yang dilakukan dengan terus

menerus dengan menawarkan produk-produk yang ada di Hutan Pinus Mangunan

B. Saran

Berdasarkan pada penelitian yang telah dilakukan dengan judul “ Analisis Efektivitas Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pariwisata Di Hutan Pinus Mangunan Dlingo Kabupaten Bantul” maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Pengelolah/Admin

- a. Admin/pengelolah @hutanpinusmangunan dapat meningkatkan kualitas promosi dari segi informasi dan event-event yang diadakan. Serta untuk menambah aktivitas dalam melakukan promosi seperti Live instagram dan menawarkan produk-produk yg ada di hutan pinus mangunan.
- b. Disarankan kepada pihak pengelolah untuk dapat memberikan informasi dengan cekatan kepada followers melalui dm (direct Message) saat followers menanyakan informasi lewat Pesan.
- c. Disarankan kepada admin Instagram hutan pinus mangunan untuk meningkatkan pelayanan melalui media sosial Instagram
- d. Pengelolah destinasi hutan pinus mangunan diharapkan dapat mempertahankan kualitas dalam memberikan promosi dan informasi melalui media sosial Instagram, serta interaksi bersama dengan

para followers sehingga dapat membangun hubungan yang baik antar keduanya.

2. *Wisatwan/followers*

- a. Disarankan kepada *followers*/wisatawan untuk tetap menaati aturan dalam menggunakan media sosial Instagram .
- b. Disarankan kepada wisatawan/followers mengikuti petunjuk dan arahan di hutan pinus mangunan
- c. Dirankan kepada wisatawan untuk tetap tertib dalam berkunjung

3. Masyarakat

- a. Disarankan kepada masyarakat sekitar, untuk tetap mendukung aktivitas yang dilakukan oleh hutan pinus mangunan
- b. Disarankan kepada masyarakat membantu mengembangkan destinasi bersama serta menjaga keamanan dan kenyamanan lingkungan
- c. Disarankan kepada masyarakat untuk mengikuti arahan dari pemerintah daerah dalam mengembangkan potensi yang ada di hutan pinus mangunan

4. Pemerintah

- a. Disarankan kepada pemerintah daerah untuk tetap memberikan dukungna melalui hal materil.
- b. Disarankan kepada pemerintah daerah untuk mengembangkan fasilitas yang ada di hutan pinus mangunan

- c. Disarankan kepada pemerintah daerah untuk mengembangkan dan memberi pelatihan sumber daya manusia bagi masyarakat sekitar.
5. Dengan adanya kekurangan dalam penelitian ini dalam hal keterbatasan pengetahuan karya ilmiah serta keterbatasan waktu dan kemampuan dalam mengelolah data, untuk itu peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya yang melakukan penelitian tentang efektivitas promosi pariwisata menggunakan media sosial Instagram, perlu rajin membaca karya ilmiah dari peneliti sebelumnya dan mencari waktu dengan sebaik mungkin sehingga dapat mencari berbagai macam referensi yang dijadikan sebagai acuan penelitian yang dapat membuat penelitian selanjutnya lebih efektif dan akurat.

DAFTAR PUSTAKA

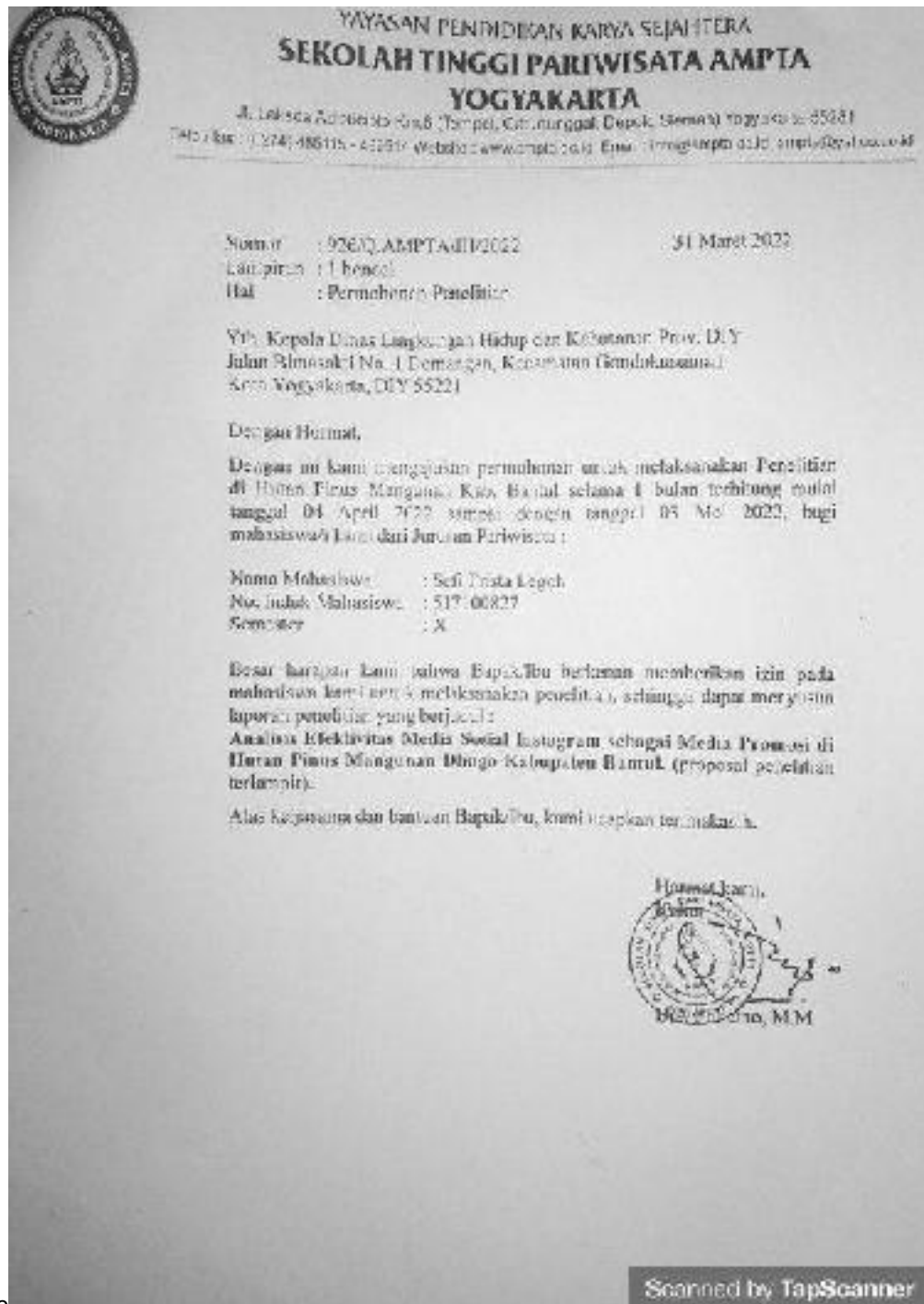
Jurnal dan Skripsi

- Alyusi, Shiefti Dyah. Media sosial: Interaksi, identitas dan modal sosial. Prenada Media, 2019,
- Indrawati, Komang Ayu Pradnya, I. Nyoman Sudiarta, and I. Wayan Suardana. "Efektivitas iklan melalui media sosial facebook dan instagram sebagai salah satu strategi pemasaran di krisna oleh-oleh khas Bali." *Jurnal Analisis Pariwisata* 17.2 (2017): 78-83.
- Indika, Deru R., and Cindy Jovita. "Media sosial instagram sebagai sarana promosi untuk meningkatkan minat beli konsumen." *Jurnal Bisnis Terapan* 1.01 (2017): 25-32.
- Mayasari, Silvina, and Clavinda Indraswari. "Efektivitas Media Sosial Instagram Dalam Publikasi HUT Museum Nasional Indonesia (MNI) Kepada Masyarakat." *Jurnal Komunikasi* 9.2 (2018): 190-196.
- Nuraeni, Syifa Dewi, and Bethani Suryawardani. "Analisis Efektivitas Promosi Melalui Media Sosial Instagram Pada Pt. Niion Indonesia Utama Tahun 2017." *eProceedings of Applied Science* 3.2 (2017).
- Setiawan, Agung, Teti Indriati Kastuti, S.S., M.Pd. (2021) *DAYA TARIK WISATA HUTAN PINUS MANGUNAN*. Tugas Akhir thesis, Universitas Teknologi Yogyakarta.
- SURIJAH, Edwin Adrianta, et al. *Membedah Instagram: Analisis Isi Media Sosial Pariwisata Bali*. Intuisi: Jurnal Psikologi Ilmiah, 2017, 9.1: 1-17
- Tatik Suryani. *Perilaku Konsumen di Era Internet Implikasinya pada Strategi Pemasarann*, Yogyakarta : Graha Ilmu, 2013, h. 5.
- Utama, I. Gusti Bagus Rai. *Pemasaran Pariwisata*. Penerbit Andi, 2017.
- WATIE,Errika Dwi Setya. *Komunikasi dan media sosial (communications and social media)*. *Jurnal The Messenger*, 2016, 3.2: 69-74.
- Zahrotul Umami Mahasiswa Program Studi Magister Ilmu Komunikasi

Lampiran

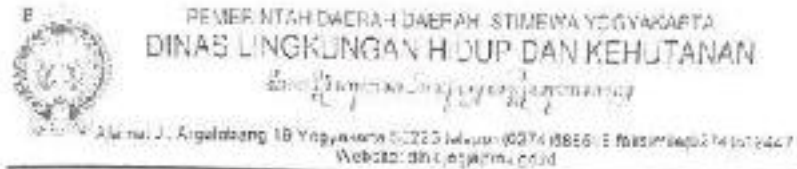
Lampiran 1

Surat permohonan



Lampiran 2

Surat permohonan izin ke destinasi Hutan Pinus Mangunan



Yogyakarta, 06 April 2022

Nomor : 370 / 15426
Sifat : Rutin
Lampiran : -
Tel : Lem. Perencanaan

Kepada
Yth. Ketua Jurusan
di: Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta
Yogyakarta

Menindaklanjuti Surat Gaudara Nomor 826/Q-AMPTA/IB/2022 pada tanggal 01 Maret 2022 perihal keawali pada pokok surat dengan maksud memberitahukan bahwa pada prinsipnya kami tidak keberatan memberikan izin kepada Mahasiswa Swadana untuk melaksanakan Penelitian di Lokasi Lingkungan Hidup dan Kehutanan DIY yang akan dilaksanakan pada:

Tanggal : 04 April s.d. 03 Mei 2022
Tempat : Hutan Pinus Mangunan
Bola Kacamatan Pengelolaan Hutan
Desa Lingsari, Kecamatan Lingsari Kabupaten DIY

Nama : Sari Fristi Logoh
NIM : 557100527
Program Studi : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata
Jurnal Penelitian : Analisis Efektivitas Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi di Hutan Pinus Mangunan Dingo Kabupaten Bantul

Yang perlu diperhatikan adalah:

- Sebelum melaksanakan kegiatan harus mengisi kepada 1) Ketua (tata KPH) dan Pengelola Hutan Pinus Mangunan, Dinas Lingkungan Hidup dan Kehutanan DIY
- Menjaga kesehatan dan keselamatan lingkungan
- Berwaspada diri dan teman, memakai masker (menjadi protokol kesehatan)
- Menyampaikan laporan hasil magang/PKL berupa softfile copy ke Dinas Lingkungan Hidup dan Kehutanan DIY

Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

W. KEPALA
SEKRETARIS

Dr. RAYU LERUAR NO PUTRO
NIP. 806100221190001000

Tembusan
1. Kepala Dinas DLH, DIY (sebagai laporan)
2. PM Kepala Balai KPH
3. Pengelola Hutan Pinus Mangunan
4. Yth.

Lampiran 3

Kuisoner penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Responden Yang Terhormat,

Saya Sefi Frista Legoh mahasiswa jurusan Pariwisata di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta, yang saat ini sedang melakukan penelitian mengenai **“ANALISIS EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI PARIWISATA DI HUTAN PINUS MANGUNAN DLINGO BANTUL”**. Oleh karena itu, saya mohon bantuan untuk berkenan meluangkan waktu mengisi/memberikan jawaban atas pertanyaan terkait dengan penelitian ini. Atas perhatian dan waktu yang telah diberikan, saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya,

Sefi Frista Legoh.

Petunjuk pengisian : berikan tanda (√) pada kolom jawaban yang anda pilih.

User ID Instagram :

Profil wisatawan

1. Berapa Usia anda saat ini ?

15-19

35-49 tahun

20-34 tahun

> 50tahun

2. Apa jenis kelamin anda ?

Laki-laki

Perempuan

3. Apa Status Perkawinan anda ?

Sudah menikah

Belum menikah

4. Apa tingkat pendidikan terakhir anda ?

SMA/Sederajat

Diploma

Sarjana

5. Apa Jenis pekerjaan saat ini ?

- Pelajar/Mahasiswa
- PNS
- lainnya. Sebutkan.....
- Pegawai swasta/wiraswasta
- Ibu rumah tangga

6. Dari mana asal daerah anda ?

- Yogyakarta
- Luar Yogyakarta. Sebutkan.....

Keterdedahan media akun Instagram @hutanpinusmangunan

Frekuensi pesan

1. Kemunculan Instagram story Hutan Pinus Mangunan

- Sering
- Jarang
- Tidak pernah

2. kemunculan Instagram Hutan pinus Mangunan dalam membalas Dm

- Sering
- Jarang
- Tidak pernah

3. kemunculan Instagram Hutan Pinus mangunan dalam membalas Komentar

- Sering
- Jarang
- Tidak pernah

4. kemunculan Postingan foto/video Hutan pinus mangunan

- Sering
- Jarang
- Tidak pernah

Daya Tarik Pesan

1. Mengadakan event untuk pengikut/pengunjung

- Sering
- Jarang
- Tidak pernah

2. Mengunggah ulang postingan dari pengunjung/pengikut

- Sering
- Jarang
- Tidak pernah

3. Kualitas dan Hasil Unggahan foto

- Menarik
- Kurang
- Tidak menarik

4. Feed dari Instagram Hutan pinus Mangunan

- Menarik
- Kurang
- Tidak Menarik

Kejelasan informasi dari Instagram Hutan Pinus mangunan

1.Kejelasan informasi terkait destinasi wisata Hutan Pinus Mangunan?

- Rekomendasi dari teman
- Brosur
- Sosial media (Instagram, Facebook, Youtube, Tiktok)

2. kejelasan Informasi tentang penyampaian event-event yang di adakan di akun

Instagram Hutan pinus Mangunan

- Jelas
- Kurang
- Tidak jelas

3. kejelasan informasi tentang jadwal pertunjukan dan tiket

- jelas
- kurang
- Tidak jelas

4. Kejelasan Informasi tentang Hutan Pinus Mangunan di Bio Instagram Hutan

Pinus mangunan

- Jelas
- Kurang
- Tidak Jelas

Efektivitas Promosi di Hutan Pinus mangunan Dlingo, bantul

Attention (perhatian)

1. Saya melihat postingan Instagram Hutan Pinus Mangunan Di timeline
 - Sering
 - Jarang
 - Tidak pernah
2. Saya membuka Story Instagram Hutan Pinus Mangunan
 - Sering
 - Jarang
 - Tidak Pernah
3. Saya melihat Informasi dalam mendapatkan tiket saat ada pertunjukan dari Instagram Hutan pinus mangunan
 - Sering
 - Jarang
 - Tidak pernah
4. saya melihat promosi yang di adakan oleh akun Instagram hutan Pinus Mangunan
 - Sering
 - Jarang
 - Tidak pernah

Interest (ketertarikan)

1. Saya pernah memberi Komentar di akun Instagram Hutan pinus Mangunan.
 - Sering
 - jarang
 - Tidak pernah
2. Saya pernah mengirim pesan untuk mengetahui informasi tentang event yang akan berlangsung
 - . Sering
 - Jarang
 - Tidak pernah
3. Saya memberikan suka terhadap unggahan dari setiap foto/video yang di unggah di akun instagram Hutan pinus mangunan

- Sering
- Jarang
- Tidak pernah

4. saya tertarik untuk membagikan hasil foto dari akun Instagram Hutan pinus mangunan

- Sering
- Jarang
- Tidak pernah

Search (mencari)

1. saya mencari *username* @hutanpinusmangunan untuk melihat promosi

- Sering
- Jarang
- Tidak pernah

2. saya pernah mencari informasi tentang media sosial instagram hutan pinus mangunan

- Sering
- Jarang
- Tidak pernah

3. saya pernah mencari informasi tentang event atau giveaway yang di adakan oleh akun instagram hutan pinus mangunan

- Sering
- Jarang
- Tidak pernah

4. saya pernah mencari promosi yang menarik dari instagrma hutan puinus manguan

- Sering
- Jarang
- Tidak pernah

Action (Aksi)

1. saya pernah berkunjung ke hutan pinus mangunan
 - Sering
 - Jarang
 - Tidak pernah
2. saya pernah mengajak teman untuk berkunjung ke hutanpinus mangunan
 - Sering
 - Jarang
 - Tidak pernah
3. saya pernah mengunggah foto/video di akun instagram pribadi
 - Serig
 - Jarang
 - Tidak pernah
4. saya pernah melakukan live instagram saat berada di hutan pinus mangunan
 - Sering
 - Jarang
 - Tidak pernah
5. saya pernah merepost ulang foto dari akun instagram hutan pinusmangunan
 - Sering
 - Jarang
 - Tidak pernah

Share (membagikan)

1. saya pernah membagikan postingan foto/video darin akun instagram hutan pinus mangunan
 - Sering
 - Jarang
 - Tidak pernah
2. saya pernah membagikan link nisntagram hutan pinus mangunan ke teman/oarng tua/ saudara
 - Sering
 - Jarang

Tidak pernah

3. saya pernah membagikan setiap promosi yang ada di akun instagram hutan pinus mangunan ke aku instagram pribadi.

Sering

Jarang

Tidak pernah

4. saya pernah membagikan link instagram hutan pinus mangunan ke media sosial lainnya.

Sering

Jarang

Tidak pernah

Lampiran 4

Tabulasi data

		Sumbawa												Sembawa																													
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42
1	Area (Ha)	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100		
	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Area (Ha)	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100		
	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Area (Ha)	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	
2	Area (Ha)	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	
	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Area (Ha)	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	
	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Area (Ha)	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	

* sumber: BPS Kabupaten Sumbawa

† sumber: BPS Kabupaten Sembawa

Lampiran 5

Uji reliabel

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,948	29

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,797	8

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,948	21

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Frekuensi pesan	17,2600	6,194	,486	,777
VAR00002	17,4300	5,439	,663	,746
VAR00003	17,3400	5,358	,664	,746
VAR00004	17,0700	5,682	,623	,754
daya tarik pesan	17,2400	5,760	,556	,766

VAR00006	17,0100	5,949	,534	,769
VAR00007	16,6000	7,333	,239	,805
VAR00008	16,6200	7,369	,187	,809

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	43,7600	96,184	,539	,945
VAR00009	43,8600	95,755	,538	,945
VAR00010	43,8100	95,145	,581	,945
VAR00011	43,7500	95,714	,721	,944
Y2	43,7100	93,521	,732	,945
VAR00012	43,1700	93,577	,552	,945
VAR00013	43,7900	93,844	,710	,944
VAR00014	43,6500	95,226	,522	,945
Y3	43,7700	92,745	,702	,943
VAR00015	42,6700	92,050	,730	,944
VAR00016	42,8000	93,050	,710	,944
VAR00017	42,8000	92,212	,712	,944
Y4	42,5400	90,615	,555	,947
VAR00018	42,5100	97,506	,539	,947
VAR00019	42,6000	96,506	,802	,948
VAR00020	42,8100	97,517	,737	,949
VAR00021	42,0500	94,265	,840	,948
Y5	42,9600	93,045	,779	,949
VAR00022	42,0300	94,957	,840	,948
VAR00023	42,5300	94,811	,856	,945
VAR00024	42,5100	94,750	,807	,948

Correlations

		karakteristik media instagram	keterdahan media komunikasi	Efektivitas
karakteristik media instagram	Pearson Correlation	1	-,037	,037
	Sig. (2-tailed)		,718	,716

	N		100	100	100
keterdahan media komunikasi	Pearson Correlation		-,037	1	,610**
	Sig. (2-tailed)		,718		,000
	N		100	100	100
Efektivitas	Pearson Correlation		,037	,610**	1
	Sig. (2-tailed)		,716	,000	
	N		100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,806	7,258		,248	,805
	«arakteristik media instagram	,338	150	,059	,737	,463
	keterdahan media komunikasi	2,211	357	,612	7,827	,000

a. Dependent Variable: Efektivitas

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3002,189	2	1941,095	25,748	,000 ^b
	Residual	8459,771	97	66,596		
	Total	11341,960	99			

a. Dependent Variable: Efektivitas

b. Predictors: (Constant) keterdahan media komunikasi, «arakteristik media instagram

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,613 ^a	,375	,353	8,16061

a. Predictors: (Constant) ketertarikan dengan komunikasi, karakteristik media instagram

attention1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	11	11,0	11,0	11,0
	2,00	56	56,0	56,0	67,0
	3,00	33	33,0	33,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

attention2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	19	19,0	19,0	19,0
	2,00	50	50,0	50,0	69,0
	3,00	31	31,0	31,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

attention3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	15	15,0	15,0	15,0
	2,00	53	53,0	53,0	68,0
	3,00	32	32,0	32,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

attention4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	10	10,0	10,0	10,0
	2,00	54	54,0	54,0	64,0
	3,00	36	36,0	36,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

INTEREST

INTEREST1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	43	43,0	43,0	43,0
	2,00	37	37,0	37,0	80,0
	3,00	20	20,0	20,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

INTEREST2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	42	42,0	42,0	42,0
	2,00	35	35,0	35,0	77,0
	3,00	23	23,0	23,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

INTEREST3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	17	17,0	17,0	17,0
	2,00	47	47,0	47,0	64,0
	3,00	36	36,0	36,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

INTEREST4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	14	14,0	14,0	14,0
	2,00	43	43,0	43,0	57,0
	3,00	43	43,0	43,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

SEARCH

SEARCH1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	17	17,0	17,0	17,0
	2,00	45	45,0	45,0	62,0
	3,00	38	38,0	38,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

SEARCH2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	10	10,0	10,0	10,0
	2,00	49	49,0	49,0	59,0
	3,00	41	41,0	41,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

SEARCH3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	28	28,0	28,0	28,0
	2,00	44	44,0	44,0	72,0
	3,00	28	28,0	28,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

SEARCH4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	21	21,0	21,0	21,0
	2,00	50	50,0	50,0	71,0
	3,00	29	29,0	29,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

ACTION

ACTION1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	56	56,0	56,0	56,0
	3,00	44	44,0	44,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

ACTION2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	6	6,0	6,0	6,0
	2,00	41	41,0	41,0	47,0
	3,00	53	53,0	53,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

ACTION3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	8	8,0	8,0	8,0
	2,00	46	46,0	46,0	54,0
	3,00	46	46,0	46,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

ACTION4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	21	21,0	21,0	21,0
	2,00	51	51,0	51,0	72,0
	3,00	28	28,0	28,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

ACTIONS5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	35	35,0	35,0	35,0
	2,00	41	41,0	41,0	76,0
	3,00	24	24,0	24,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

SHARE

SHARE1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	25	25,0	25,0	25,0
	2,00	48	48,0	48,0	73,0
	3,00	27	27,0	27,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

SHARE2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	19	19,0	19,0	19,0
	2,00	46	46,0	46,0	65,0
	3,00	35	35,0	35,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

SHARE3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	24	24,0	24,0	24,0
	2,00	47	47,0	47,0	71,0
	3,00	29	29,0	29,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

SHARE4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	26	26,0	26,0	26,0
	2,00	41	41,0	41,0	67,0
	3,00	33	33,0	33,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Lampiran 6

Dokumentasi pribadi



