

**SKRIPSI**

**PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**  
**@RATUBOKOPARK TERHADAP MINAT KUNJUNGAN**  
**WISATAWAN DI SITUS RATU BOKO**



Oleh:

**FELLA KARTIKA**

**NIM 418100597**

**PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA**  
**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA**  
**YOGYAKARTA**  
**2022**

**HALAMAN JUDUL**

**SKRIPSI**

**PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**  
**@RATUBOKOPARK TERHADAP MINAT KUNJUNGAN**  
**WISATAWAN DI SITUS RATU BOKO**



**Oleh:**

**FELLA KARTIKA**

**NIM 418100597**

**PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA**  
**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA**  
**YOGYAKARTA**  
**2022**

HALAMAN PENGESAHAN  
PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @RATUBOKOPARK  
TERHADAP MINAT KUNJUNGAN WISATAWAN  
DI SITUS RATU BOKO  
SKRIPSI



Diajukan untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana di  
Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta

Oleh:

FELLA KARTIKA  
NIM 418100597

Telah Disetujui oleh:

Pembimbing I

R.M. Nikasius Jonet, S.Sos., M.Si

NIDN. 0518117401

Pembimbing II

Pian Damardino, SIP., M.Sc

NIDN. 0525098901

Mengetahui,

Ketua Prodi

Yudi Setiaji, S.H., M.M

NIDN. 0508066401

**BERITA ACARA UJIAN**  
**“PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @RATUBOKOPARK**  
**TERHADAP MINAT KUNJUNGAN WISATAWAN**  
**DI SITUS RATU BOKO”**  
**SKRIPSI**

Disusun oleh  
**FELLA KARTIKA**  
NO.MHS. 418100597

Telah Dipertahankan Di Depan Tim Penguji  
Dan Dinyatakan **LULUS**  
Pada Tanggal:.....

**TIM PENGUJI**

Penguji Utama	: <u>Yudi Setiaji, S.H., M.M</u> NIDN. 0508066401	: .....
Pembimbing I	: <u>R.M.Nikasius Jonet, S.Sos., M.Si</u> NIDN: 0518117401	: .....
Pembimbing II	: <u>Fian Damasdino, SIP., M.Sc</u> NIDN: 0525098901	: .....

Mengetahui,  
Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata, AMPTA Yogyakarta

  
Drs. Prihatno, M.M  
NIDN 05261225901

## PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fella Kartika  
NIM : 418100597  
Studi : Usaha Perjalanan Wisata ( D-IV)

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “ Pengaruh Media Sosial Instagram @ratubokopark Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Situs Ratu Boko” tidak pernah terdapat karya yang diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di perguruan tinggi manapun. Sepanjang pengetahuan saya , tidak terdapat karya atau pendapat yang dituliskan orang lain kecuali sebagai kutipan atau acuan yang lain dengan mengikuti tata cara dan etika penulisan yang lazim.

Yogyakarta, 9 September 2022

  
Fella Kartika

## **HALAMAN MOTTO**

“Tidak masalah apabila Anda berjalan lambat, asalkan Anda tidak pernah berhenti berusaha”.

- Confucius -

“Berusaha mengubah sesuatu yang tidak mungkin menjadi mungkin”

- Fella Kartika -

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segala hormat dan mengucapkan syukur kepada Allah SWT yang selalu melimpahkan rahmat dan memberikan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini, maka skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Bapak dan Ibu yang selalu mendukung melalui doa, kasih sayang, semangat dan motivasi yang selalu diberikan.
2. Untuk Kaka Saya Nur Susanti, Sinta Yulianti dan adik saya Rahma Karlianti yang telah memberikan semangat hingga saat ini.
3. Dosen pembimbing saya yang telah membimbing saya sejauh ini sehingga terlaksanakannya skripsi ini dengan baik
4. Teman-teman Usaha Perjalanan Wisata C 2018 yang saling memberikan semangat, nasehat dan motivasi.
5. Akhamd Hugo Sayuti yang selalu memberikan semangat dan perhatian selama proses pengerjaan skripsi hingga selesai.
6. Nurul Mela Annisa yang selalu memberikan bantuan disaat saya membutuhkan.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur peneliti ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas Rahmat dan Karunia-Nya yang telah diberikan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ Pengaruh Media Sosial Instagram @ratubokopark Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Di Situs Ratu Boko” penelitian skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Peneliti menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan terima kasih setinggi-tingginya kepada semua pihak yang turut berperan atas terwujudnya skripsi ini.

Peneliti mengucapkan terima kasih yang setinggi-tingginya secara tulus peneliti ucapkan kepada:

1. Bapak R.M. Nikasius Jonet S., S.Sos., M.Si selaku pembimbing I yang telah sabar dan bijaksana dalam memberikan bimbingan dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
2. Bapak Fian Damasdino, SIP., M.Sc selaku pembimbing II yang telah sabar dan bijaksana dalam memberikan bimbingan dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
3. Bapak Yudi Setiaji, S.H. M.M selaku Penguji utama dan Ketua Jurusan Usaha Perjalanan Wisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.



4. Bapak Drs. Prihatno, M.M selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.
5. PT Taman Wisata Candi yang telah mengizinkan peneliti untuk melakukan penelitian ditempat tersebut.
6. Semua pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Akhir kata peneliti berharap semoga hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak maupun pengembangan ilmu pengetahuan. Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan, maka dari itu peneliti berharap adanya kritik dan saran dari berbagai pihak untuk perbaikan pada penelitian selanjutnya.

Yogyakarta, 9 September 2022

Fella Kartika

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>BERITA ACARA UJIAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	3
C. Batasan Masalah.....	3
D. Tujuan Penelitian .....	4
E. Manfaat Penelitian.....	4
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Landasan Teori.....	6
1. Media Sosial.....	6
2. Minat Berkunjung .....	9
3. Pariwisata .....	12
4. Situs Ratu Boko .....	12
B. Penelitian Terdahulu.....	13
C. Kerangka Pemikiran.....	15
D. Hipotesis.....	15
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian.....	17

B. Subjek dan Objek Penelitian .....	17
C. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	18
D. Populasi dan Sampel .....	18
E. Variabel dan Indikator .....	20
F. Metode Pengumpulan Data.....	23
G. Meode Analisis Data .....	26
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum .....	30
B. Karakteristik Responden .....	40
C. Uji Kelayakan Instrumen.....	44
D. Hasil Analisis Data.....	49
E. Pembahasan .....	53
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	56
B. Saran .....	57
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu .....	13
Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Indikator .....	20
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel X .....	45
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Y .....	46

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	15
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Candi Ratu Boko.....	36
Gambar 4.2 Tampilan Akun Instagram @ratubokopark.....	38
Gambar 4.3 Postingan Akun @ratubokopark .....	38
Gambar 4.4 Postingan Akun @ratubokopark .....	39
Gambar 4.5 Postingan Akun @ratubokopark .....	39
Gambar 4.6 Postingan Akun @ratubokopark .....	40
Gambar 4.7 Karakteristik Usia Responden.....	41
Gambar 4.8 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	42
Gambar 4.9 Karakteristik Pengguna Instagram .....	43
Gambar 4.10 Karakteristik Berdasarkan Informasi Candi Ratu Boko.....	44
Gambar 4.11 Hasil Uji Realibilitas Variabel X .....	48
Gambar 4.12 Hasil Uji Realibilitas Variabel Y .....	49
Gambar 4.13 Hasil Uji Normalitas.....	50
Gambar 4.14 Hasil Analisis Regresi Sederhana .....	51
Gambar 4.15 Hasil Uji T .....	52

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Surat Pengantar Penelitian

Lampiran 2 Surat Balasan Penelitian

Lampiran 3 Kuesioner Penelitian

Lampiran 4 Tabulasi Data Responden

Lampiran 5 Hasil Uji Kelayakan Instrumen

Lampiran 6 Tabel R & Tabel T

Lampiran 7 Lembar Bimbingan

## ABSTRAK

Penggunaan media sosial saat ini telah berkembang begitu pesat. Penggunaan media sosial memberikan kemudahan dalam mengakses informasi yang dibutuhkan. Media sosial sering dijadikan sarana untuk saling berbagi, bertukar foto, data dan dokumen lainnya. Media sosial juga dapat digunakan sebagai sarana promosi produk/jasa. Salah satu media social yang sering digunakan adalah instagram. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh media sosial instagram @ratubokopark terhadap minat berkunjung wisatawan di Candi Ratu Boko. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Kuantitatif Deskriptif. Pengumpulan data diperoleh dengan cara membagikan data secara online yang dapat diakses langsung oleh followers akun @ratubokopark. Populasi dalam penelitian ini adalah *followers* akun @ratubokopark yang diketahui berjumlah 52.000. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dari keseluruhan jumlah followers akun @ratubokopark menggunakan teknik random sampling. Penelitian ini menggunakan Uji Regresi Linear Sederhana sebagai teknis analisis data. Berdasarkan Uji T penelitian ini menunjukkan nilai sig pengaruh X terhadap Y sebesar  $0.000 < 0.005$  dan nilai  $t_{hitung} 5,641 > t_{tabel} 1,661$ . Sehingga didapatkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini berarti terdapat pengaruh signifikan antara media sosial instagram @ratubokopark (X) terhadap minat berkunjung wisatawan. Koefisien determinasi menunjukkan pada nilai R square yaitu 0,245 berarti korelasi antara variabel X terhadap variabel Y adalah sebesar 24,5%.

**Kata Kunci :** Media sosial, Instagram, Minat Berkunjung

## ABSTRACT

*Social media user's nowadays are growing by leaps. Using social media helps user to access information easier. Social media usually being used for sharing, exchange photo, document, data etc. And also, Social Media can be used for promoting some products/services. One of the most used social media is Instagram. Purposes of this research is to knowing the Effect of Social Media Instagram of @ratubokopark on interest's of tourist at Ratu Boko Temple. Method that carried out to the research is Quantitative Descriptive Methodology. Data collection is obtained by sharing the data online that can be access by followers of @ratubokopark account. Population of the data is followers of @ratubokopark account that is known as now around 52.000 followers. Data sampling that is used will be 100 respondent out of whole followers on @ratubokopark account, using random sampling method. This research using simple linear regression test for the analytic data technique. Based on the results of T test this research showed a sig  $0.000 < 0.005$  and t value of  $5,641 > 1,661$ . Which means  $H_0$  rejected and  $H_a$  accepted. This means that there is a significant effect between Social Media Instagram @ratubokopark on visiting interest. The coefficient determinant shows that the value of R square is 0,245 means the correlation between variable x to variabel Y is 24,5%.*

**Keywords :** *Social Media, Instagram, visitting interest*



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pariwisata merupakan sektor unggulan yang mampu menggerakkan sektor industri lainnya, oleh sebab itu sektor ini juga disebut sebagai penggerak ekonomi dan sebagai sumber utama devisa negara. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2019 tercatat sekitar 16 juta wisatawan mancanegara telah berkunjung ke Indonesia, hal ini menunjukkan bahwa Indonesia sebagai negara yang memiliki kekayaan atraksi wisata yang tersebar di wilayah nusantara. Sebaran atraksi tersebut juga didasarkan pada aspek keindahan, keunikan dan keragaman yang melekat pada suatu perwilayahan. Oleh sebab itu kondisi dan status perwilayahan tersebut disebut sebagai destinasi wisata . Adapun salah satu destinasi di Indonesia yang cenderung dikunjungi oleh wisatawan yaitu Daerah Istimewa Yogyakarta.

Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai suatu kawasan yang memiliki beberapa destinasi wisata unggulan baik dari sisi alam maupun budayanya. Dalam konteks Yogyakarta sebagai kota wisata berbasis budaya ditunjukkan dengan adanya situs peninggalan sejarah seperti Keraton Kasultanan Ngayogyakarta, peninggalan benteng koloni dan beberapa situs candi salah satunya situs Ratu Boko .

Situs Ratu Boko merupakan situs sejarah yang diminati oleh para wisatawan yang mencari keindahan sejarah peninggalan situs di Indonesia.

Sarana dan prasarana yang sudah memadai menjadikan kawasan ini menarik untuk dikunjungi. Wisatawan saat berada di Situs Ratu Boko dapat merasakan kedamaian sekaligus melihat pemandangan kota Yogyakarta dan Candi Prambanan dengan perpaduan keindahan alam Gunung Merapi. Adanya keindahan dan keunikan atraksi yang dimiliki Ratu boko mampu memperkaya pengalaman bagi para wisatawan. Pengalaman tersebut dapat mendorong wisatawan untuk memenuhi kebutuhan aktualisasi melalui kegiatan berswafoto yang diunggah kedalam media sosial.

Media sosial merupakan media komunikasi yang dimanfaatkan oleh wisatawan baik sebagai sumber informasi maupun sebagai media untuk membagikan hasil aktivitasnya dalam bentuk teks, gambar, audio dan video. Peran media sosial tersebut mampu memberikan manfaat bagi wisatawan dalam memenuhi kebutuhan aktualisasi dan sebagai pedoman bagi calon wisatawan sekaligus menciptakan minat calon wisatawan untuk berkunjung ke Situs Candi Ratu Boko. Pengaruh dari media sosial tersebut dapat dilihat dari pengguna instagram yang tertarik untuk mengunjungi Situs Ratu Boko setelah melihat unggahan dari Instagram, sehingga dimanfaatkan oleh pengelola sebagai media untuk mempromosikan daya tarik wisatanya. Adapun Situs Candi Ratu Boko memiliki akun resmi instagram yaitu @ratubokopark yang sejak tahun 2019 telah memiliki 51.800 pengikut. Unggahan yang dimuat dalam laman Instagramnya meliputi berbagai kegiatan dan informasi seputar candi Ratu Boko. Pengaruh sosial media berbeda-beda, tetapi yang umum

terjadi adalah informasi yang berasal dari sosial media akan memberikan pengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan.

Minat berkunjung pada dasarnya adalah perasaan ingin mengunjungi suatu destinasi yang meliputi beberapa tahapan, antara lain yaitu perhatian (*attention*), ketertarikan (*interest*), keinginan (*desire*), dan beritindak (*action*) atau dikenal dengan konsep AIDA. Demikian halnya keberadaan media sosial instagram @ratubokopark dapat menjadi sumber informasi dan media aktualisasi khususnya bagi calon wisatawan terkait minat berwisata. Namun hingga saat ini belum ada data secara lengkap yang menunjukkan pengaruh media sosial Instagram terhadap minat kunjungan ke Situs Ratu Boko. Berdasarkan uraian tersebut di atas penulis tertarik untuk memilih judul **“Pengaruh Media Sosial Instagram @Ratubokopark Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan di Situs Ratu Boko”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut, dapat diuraikan beberapa rumusan masalah:

1. Apakah media sosial instagram @ratubokopark berpengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan di Situs Ratu Boko?
2. Seberapa besar pengaruh media sosial instagram @ratubokopark terhadap minat berkunjung wisatawan ke Situs Ratu Boko?

## **C. Batasan Masalah**

Agar penelitian dapat dilakukan lebih fokus dan mendalam maka peneliti memandang permasalahan penelitian yang diangkat perlu dibatasi variabelnya. Oleh sebab itu, peneliti membatasi hanya yang berkaitan dengan “Pariwisata, Media Sosial Instagram, Minat Kunjungan, dan Situs Candi Ratu Boko”

## **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh media sosial instagram terhadap minat berkunjung wisatawan di Situs Ratu Boko.
2. Untuk mengetahui besar pengaruh media sosial instagram @ratubokopark terhadap minat berkunjung wisatawan ke Situs Ratu Boko.

### **E. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan akan berguna serta bermanfaat bagi para pembaca. Adapun beberapa manfaat dari penelitian ini adalah:

#### 1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat seperti berikut:

- a. Memberikan kontribusi pengetahuan teoritis dan wawasan mengenai media sosial instagram bagi Situs Ratu Boko.
- b. Memberikan sumbangan ilmiah dalam bidang pariwisata mengenai pengaruh media sosial instagram terhadap minat kunjungan wisatawan terhadap destinasi wisata tersebut
- c. Sebagai pijakan dan referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan pengaruh media sosial Instagram di Situs Ratu Boko

#### 2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut:

##### a. Bagi Pemerintah dan Pengelola

Memberikan masukan bagi pemerintah setempat dan pihak pengelola dalam melakukan pengembangan dibidang sosial media khususnya instagram.

##### b. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi atau pengetahuan baru kepada pihak-pihak yang berkepentingan dan dapat bermanfaat sebagai bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya agar dapat menyusun tugas secara lebih baik dan benar. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi atau menambah wawasan tentang media sosia instagram.

c. Bagi STP AMPTA Yogyakarta

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi dan pengetahuan yang bermanfaat untuk masa yang akan datang terutama bagi mahasiswa mahasiswi STP AMPTA, berupa penambahan ilmu untuk generasi berikutnya dan dapat menambah daftar kepustakaan di STP AMPTA