

**SKRIPSI**

**PENGARUH PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM  
TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI DESA  
WISATA SUNGAI KUPAH KABUPATEN KUBU RAYA**



**OLEH:**

**AINUN NAJWA SALSABILA**

**519101219**

**PROGRAM STUDI PARIWISATA  
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA**

**YOGYAKARTA**

**2023**

**SKRIPSI**  
**PENGARUH PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**  
**TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI DESA**  
**WISATA SUNGAI KUPAH KABUPATEN KUBU RAYA**



**Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh Derajat Sarjana Pariwisata di**  
**Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta**

**OLEH:**

**AINUN NAJWA SALSABILA**

**519101219**

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

**2023**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM  
TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI DESA  
WISATA SUNGAI KUPAH KABUPATEN KUBU RAYA**



**OLEH:**

**AINUN NAJWA SALSABILA**

**519101219**

**Telah Disetujui Oleh :**

**Pembimbing I**

**Drs. Santosa, M.M  
NIDN. 0519045901**

**Pembimbing II**

**Fuadi Afif, S.IP., M.Sc  
NIDN. 0515088702**

**Mengetahui**

**Ketua Program Studi**

**Arif Dwi Saputra, S.S., M.M**

**NIDN. 0525047001**

**BERITA ACARA UJIAN**  
**PENGARUH PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**  
**TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI DESA**  
**WISATA SUNGAI KUPAH KABUPATEN KUBU RAYA**  
**SKRIPSI**

**OLEH:**

**AINUN NAJWA SALSABILA**

**519101219**

**Telah dipertahankan di Depan Tim Penguji**

**Dan Dinyatakan LULUS**

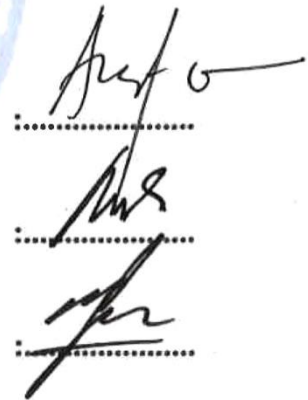
**Pada Tanggal Rabu, 20 Desember 2023**

**TIM PENGUJI**

**Penguji Utama : Arif Dwi Saputra, S.S, M.**  
**NIDN. 0525047001**

**Penguji I : Drs. Santosa. M.M**  
**NIDN. 0519045901**

**Penguji II : Fuadi Afif, S.IP., M.Sc**  
**NIDN. 0515088702**



**Mengetahui**  
**Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta**



**Drs. Kribatno, M.M**  
**NIDN. 0526125901**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini.

Nama : Ainun Najwa Salsabila

NIM : 519101219

Prodi : S1 Pariwisata

Judul : Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Desa Wisata Sungai Kupah Kabupaten Kubu Raya

Dengan ini saya menyatakan bahwa Skripsi saya yang berjudul “Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Desa Wisata Sungai Kupah Kabupaten Kubu Raya” merupakan hasil karya sendiri dan bukan hasil karya orang lain. Saya menyetakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memeproleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang tertulis di dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 20 Desember 2023



Ainun Najwa Salsabila

NIM. 519101219

## **HALAMAN MOTTO**

“Dan aku menyerahkan urusanku kepada Allah SWT”

(QS Al Ghafir : 44)

*“You have to fight through some bad days in order to earn the best days of your  
life and don't forget to be kind”*

(Ainun Najwa Salsabila)

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji Syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis dengan rasa bangga dan bahagia penulis ucapkan rasa syukur dan terima kasih, dengan rasa hormat skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kepada orang tua tercinta Bapak “Ir. H. Muhammad Toasin A., M.Si” dan Etta “Syamsuriana S.Pd.” yang mendukung secara finansial dan selalu sabar untuk menasehati, selalu memberikan motivasi, dan selalu mendukung Ainun dalam segala kondisi, selalu memberikan rasa peduli dan perhatian yang lebih untuk Ainun, rasa terima kasih untuk kedua orang tua tercinta dan tersayang yang tak terhingga. Semoga Bapak, dan Etta di berikan Kesehatan dan rejeki yang lancar, dan semoga Ainun dapat membuat Bapak, dan Etta bangga, dan Bahagia selalu (Aamiin).
2. Kepada saudara tersayang Abang Amal, Abang Akil, Abang Apit, Adik Arya, Adik Andin Dan Adik Afdal. Terima kasih untuk selalu memberikan support dan motivasi dengan caranya masing-masing dengan caranya masing-masing sehingga Ainun dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Kepada orang tersayang dan sahabat terkasih, untuk Uda Ahyana, Friska, Mei, Widia, dan Al-Muthia terima kasih sudah mau selalu mendukung, mau mendengarkan keluh kesah, *thank you for everything and I Hopefully the future will be better*. Dan terima kasih untuk semua sahabat dan teman-teman yang

telah membantu disaat saya sakit dan butuh bantuan semoga kalian selalu diberikan Kesehatan dan kemudahan dalam hidup.

4. Untuk teman kelas Pariwisata E dan Organisasi HMPI yang telah memberikan banyak pengalaman dan kenangan berharga semasa kuliah.
5. Terima kasih untuk semua pihak yang telah memberikan motivasi dan dukungan yang tak terhingga untuk penulis.



## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan baik yang berjudul " Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Desa Wisata Sungai Kupah ". Penulisan skripsi ini dilakukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Strata - 1 Pariwisata pada Program Studi Pariwisata di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Drs. Santosa, M.M selaku Pembimbing I yang telah sabar memberikan bimbingan dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
2. Bapak Fuadi Afif, SIP., M. Sc. selaku Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan teknik penulisan yang benar dalam penulisan skripsi ini.
3. Bapak Arif Dwi Saputra, S.S., M.M selaku Ketua Program Studi Pariwisata dan selaku Penguji utamayang telah memberikan arahan mulai dari mengajukan judul hingga saat penyusunan proposal skripsi.
4. Bapak Drs. Prihatno, M.M selaku ketua Sekolah Tinggi Parwisata AMPTA Yogyakarta.
5. Bapak Rudi Hartono, S.Pd selaku sekretaris pengelola di Desa Wisata Sungai Kupah yang telah memberikan izin peneliti untuk melakukan penelitian hingga selesai.

6. Seluruh responden penelitian yang telah berperan dan bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penulis mohon maaf atas segala kesalahan dan kekurangan yang ada. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak maupun untuk pengembangan ilmu pengetahuan.

Demikian yang dapat penulis sampaikan, akhir kata penulis ucap terima kasih.

Yogyakarta, 20 Desember 2023

Penulis

## 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 KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>Daftar tabel.....</b>	<b>xii</b>
<b>Daftar gambar.....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Batasan Masalah .....	6
D. Tujuan Penelitian .....	6
E. Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Tinjauan Pustaka.....	8
1. Pariwisata .....	8
2. Wisata Edukasi.....	9

3. Promosi .....	10
4. Media Sosial.....	11
5. Instagram.....	13
6. Keputusan Berkunjung Wisatawan .....	16
B. Penelitian Terdahulu .....	19
C. Kerangka Pemikiran.....	20
D. Hipotesis Penelitian .....	21

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Jenis Penelitian .....	22
B. Subjek dan Objek Penelitian .....	22
C. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	23
D. Populasi dan Sampel.....	23
E. Variabel Penelitian .....	24
F. Metode Pengumpulan Data .....	28
G. Metode Analisis Data.....	32

### **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum.....	36
1. Sejarah Desa Wisata Sungai Kupah.....	36
2. Data Kunjungan Wisatawan .....	46
3. Struktur Organisasi .....	46
4. Fasilitas Desa Wisata .....	47
5. Jadwal Kunjungan.....	48
6. Profil Akun Instagram @desawisata_sungaikupah .....	49

B. Karakteristik Data Penelitian .....	50
C. Hasil Uji Instrumen .....	55
1. Uji Validitas Instrument .....	55
2. Uji Reliabilitas .....	56
D. Hasil Analisis Deskriptif .....	57
1. Regresi Linier Sederhana .....	57
2. Uji t .....	58
3. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	60
E. Pembahasan .....	61

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan .....	64
B. Saran .....	65

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian.....	28
Tabel 4.1 Data Kunjung Wisatawan .....	46
Tabel 4.2 Data Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4.3 Data Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Responden .....	52
Tabel 4.4 Data Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Responden .....	53
Tabel 4.5 Data Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Responden.....	54
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel X .....	55
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Y .....	56
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X .....	56
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y .....	56
Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana .....	57
Tabel 4.11 Hasil Uji T.....	59
Tabel 4.12 Hasil Uji Determinan .....	60

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Desa Wisata Sungai Kupah.....	36
Gambar 4.2 Lokasi Desa Wisata Sungai Kupah .....	38
Gambar 4.3 Lokasi Penanaman Bibit Mangrove Desa Wisata Sungai Kupah .....	39
Gambar 4.4 Lokasi Susur Sungai Desa Wisata Sungai Kupah .....	40
Gambar 4.5 Proses Anyaman Bakol Desa Wisata Sungai Kupah.....	41
Gambar 4.6 Lokasi Mangrove Desa Wisata Sungai Kupah.....	42
Gambar 4.7 Jadwal Kunjungan Desa Wisata Sungai Kupah .....	49
Gambar 4.8 Akun Instagram Desa Wisata Sungai Kupah .....	50

## ABSTRAK

Media sosial Instagram dapat digunakan sebagai alat promosi yang efisien untuk menyebarkan informasi yang lebih luas bagi seluruh lapisan masyarakat mengenai atraksi yang ditawarkan oleh pengelola suatu destinasi wisata, dan diharapkan dapat meningkatkan keputusan berkunjung wisatawan. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh promosi media sosial Instagram terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Desa Wisata Sungai Kupah. Subjek dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung di Desa Wisata Sungai Kupah, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Perhitungan jumlah sampel penelitian menggunakan kusioner yang di bagikan kepada pengikut akun Instagram @desawisata\_sungaikupah dan kepada wisatawan yang telah berkunjung di Desa Wisata Sungai Kupah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Dapat disimpulkan bahwa wisatawan yang lebih banyak datang adalah laki-laki, dengan asal Kubu Raya, berusia 25-30, dan pekerjaan adalah pelajar dan mahasiswa. Instrument utama dalam penelitian ini adalah kuesioner yang diuji menggunakan uji kelayakan yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis linear sederhana, Uji t menggunakan SPSS versi 25. Dari hasil Uji t diketahui bahwa nilai  $t_{hitung}$  8.908 >  $t_{tabel}$  1.984 sehingga dapat disimpulkan  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Artinya bahwa benar variabel media sosial Instagram (X) berpengaruh terhadap variabel Keputusan berkunjung wisatawan (Y). Dapat simpulkan bahwa adanya pengaruh cukup besar dari promosi media sosial Instagram terhadap jumlah kenaikan Keputusan berkunjung wisatawan. Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) pengaruh media sosial sebesar 44.7% dan sisanya sebesar 55,3% dapat dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

**Kata Kunci : Media Sosial, Instagram, Promosi, Desa Wisata, Keputusan Berkunjung Wisatawan.**



## ABSTRACT

*Instagram social media can be used as an efficient promotional tool to disseminate wider information to all levels of society regarding the attractions offered by the management of a tourist destination, and is expected to increase tourists' visiting decisions. The aim of this research is to find out the influence of Instagram social media promotion on tourists' visiting decisions in the Sungai Kupah Tourism Village. The subjects in this research were tourists visiting the Sungai Kupah Tourism Village, with a sample size of 100 respondents. The calculation of the number of research samples used a questionnaire which was distributed to followers of the Instagram account @desawisata\_sungaikupah and to tourists who had visited the Sungai Kupah Tourism Village. The method used in this research is a quantitative method with. It can be concluded that the tourists who come more often are men, from Kubu Raya, aged 25-30, and whose occupations are students and university students. The main instrument in this research is a questionnaire which was tested using a feasibility test, namely a validity test and a reliability test. The analysis used in this research is simple linear analysis, t test using SPSS version 25. From the results of the t test it is known that the t value is  $8.908 > t \text{ table } 1.984$  so it can be concluded that  $H_a$  is accepted and  $H_o$  is rejected. This means that it is true that the social media variable Instagram (X) influences the tourist visiting decision variable (Y). It can be concluded that there is quite a big influence from Instagram social media promotion on the increase in the number of tourist visiting decisions. The coefficient of determination test results ( $R^2$ ) for the influence of social media were 44.7% and the remaining 55.3% could be influenced by other factors not included in this research.*

**Keywords: Social Media, Instagram, Promotion, Tourism village Tourist Visiting Decisions.**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Destinasi wisata di Indonesia, saat ini semakin berkembang, dimana banyaknya destinasi di Indonesia saat ini menjadi destinasi wisata yang dapat diandalkan, dan banyak memiliki Daya Tarik wisata yang dapat mendukung penerimaan Negara. Beberapa destinasi wisata, seperti Pulau Bali, yang merupakan tujuan wisatawan mancanegara, dari dahulu, dan saat ini destinasi di Nusa Tenggara Barat, di Lombok, dan Destinasi Wisata di Kabupaten Kubu Raya, serta beberapa destinasi di daerah lain di Indonesia. Destinasi wisata saat ini dapat dijadikan sumber penerimaan Negara dan daerah yang sangat potensial, sehingga perlu diambil kebijakan-kebijakan yang serius untuk dapat mengembangkan dan menggali potensi ini.

Tidak ketinggalan juga negara kita dengan melihat wisata alamnya yang memiliki potensi wisata untuk dapat dikembangkan. Hampir di seluruh wilayah Indonesia memiliki keindahan alam yang cukup baik untuk dapat dijadikan daerah tujuan wisata. Seperti yang kita tahu Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar di dunia yang memiliki kombinasi iklim tropis dengan 17.508 pulau. (Sumber: <https://kkp.go.id>, 2022).

Kabupaten Kubu Raya adalah salah satu kabupaten yang berada di provinsi Kalimantan Barat, Indonesia. Ibu kotanya adalah kecamatan Sungai Raya. Kabupaten Kubu Raya memiliki luas wilayah 6.985,24 km<sup>2</sup> pemekaran dari Kabupaten Mempawah. Kabupaten Kubu Raya sendiri memiliki beberapa keunggulan yang membuat wisatawan mendatangi destinasi tersebut. Salah satu destinasi yang populer yaitu hutan mangrove di Desa Wisata Sungai Kupah.

Jumlah wisatawan berkunjung setiap tahunnya di Desa Wisata Sungai Kupah berbeda-beda, dengan begitu pengelola di Desa Wisata Sungai Kupah harus memiliki strategi untuk menarik minat kunjung wisatawan. Keputusan pembelian adalah tahap awal untuk pembelian, hal tersebut tidak sama dengan pembelian yang sebenarnya (actual purchase).

Keputusan berkunjung wisatawan merupakan bagian dari perilaku wisatawan. Keputusan berkunjung wisatawan dipelajari dalam perilaku wisatawan. Menurut Reisinger (2009:279) definisi perilaku wisatawan adalah perilaku yang ditunjukkan wisatawan dalam memilih, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi produk, jasa, ide dan pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Perilaku wisatawan merupakan perilaku yang ditunjukkan wisatawan dalam proses pengambilan keputusan ketika menghadapi beberapa alternatif pilihan. Memutuskan berkunjung pada suatu obyek wisata berdasarkan pada pengalaman dalam berwisata. Dengan begitu cara untuk meningkatkan jumlah kunjung wisatawan dengan

menarik minat kunjung kepada calon wisatawan salah satunya dengan promosi.

Promosi merupakan salah satu langkah yang dapat diandalkan untuk memperkenalkan produk atau jasa lebih luas kepada para konsumen serta mengundang beberapa kalangan konsumen yang di targetkan untuk mencoba produk atau jasa yang di tawarkan. Dengan perkembangan teknologi dan informasi pada saat ini, semua orang dapat mendapatkan sebuah informasi dari berbagai teknologi dengan mudah dan cepat. Di era milenial yang semua sesuatu sudah bisa di akses dengan digital, maka promosi sekarang ini bukan hanya dari media cetak saja, promosi juga sudah banyak di lakukan di media sosial.

Media promosi sudah seharusnya digunakan secara online dengan media sosial. Karena media sosial merupakan sebuah media untuk bersosialisasi satu sama lain dan berinteraksi tanpa di batasi ruang dan waktu. Media sosial adalah alat promosi bisnis yang efisien sebab bisa diakses oleh siapa saja, sehingga jaringan promosi dapat lebih luas. Media sosial jadi bagian yang sangat dibutuhkan oleh pemasaran untuk banyak industri khususnya industri pariwisata, serta ialah salah satu metode terbaik buat menjangkau pelanggan. Media sosial didefinisikan perkembangan pemutakhir dari teknologi- teknologi perkembangan website baru dengan internet, yang memudahkan semua orang untuk dapat berkomunikasi, berpartisipasi, saling membagi dan membentuk sebuah jaringan secara online. Sehingga dari sebagian definisi di atas bisa ditarik pemahaman kalau

media sosial merupakan fasilitas untuk konsumen untuk berbagi data ataupun mempublikasikan data secara *online*. Kemudian untuk pada bagian foto yang diunggah harus lebih mempunyai makna terkait dengan informasi yang diberikan. Saat ini, sudah sangat banyak akun-akun yang memuat untuk mempromosikan tempat wisata, dengan memanfaatkan *Instagram*.

Instagram adalah sebuah aplikasi dari Smartphone yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan Twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunaannya menurut (Bambang,2018:4). Berdasarkan data (*Napoleon Cat*), ada 92,53 juta pengguna *instagram* di Indonesia. Jumlah ini bertambah 3,9 juta atau naik 4,37% dibandingkan dengan data sebelumnya yang sebesar 88,65 juta pengguna. Jumlah tersebut membuat Indonesia menjadi salah satu pasar terbesar dunia, hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia menyadari adanya peluang bisnis dalam sosial media terutama Instagram. Di perkembangan teknologi pada saat ini media sosial Instagram dapat dijadikan alat untuk promosi oleh berbagai perusahaan atau industri, salah satunya industri pariwisata. Sosial media Instagram adalah sebuah kelompok aplikasi menggunakan basis internet dan teknologi yang memungkinkan pertukaran dan penciptaan *user-generated content*. Instagram adalah sebuah aplikasi yang digunakan untuk membagi-bagikan foto ataupun video. Instagram sendiri masih merupakan bagian dari Facebook yang memungkinkan teman Facebook itu mengikuti

kita dalam akun sosial media *instagram*. Makin populernya Instagram sebagai aplikasi yang digunakan untuk membagi foto mengakibatkan banyak pengguna yang terjun ke ranah bisnis seperti akun sosial bisnis yang turut mempromosikan produk-produknya lewat *instagram*.

Akun *instagram* Desa Wisata Sungai Kupah @desawisata\_sungaukupah memiliki jumlah pengikut atau *followers* dengan jumlah 3.036 pada saat ini. Pengelola akun *instagram* Desa Wisata Sungai Kupah bisa memanfaatkan akun *instagram* tersebut sebagai media promosi untuk bertujuan menarik minat kunjungan wisatawan ke Desa Wisata Sungai Kupah. Dengan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “PENGARUH PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI DESA WISATA SUNGAI KUPAH KABUPATEN KUBU RAYA”

## **B. Rumusan Masalah**

Desa ini merupakan Desa pesisir dan penghujung Hulu nya sungai terpanjang yang ada di Indonesia yaitu Sungai Kapuas. Desa ini memiliki potensi seperti, Peninggalan Pendopo Kerajaan Sultan Pontianak, Masjid yang berumur 1900M yang saat ini menjadi cagar budaya, Mercusuar pemantau kapal yang satu-satunya ada di Kabupaten Kubu Raya, Ekowisata Mangrove Telok Berdiri, Destinasi Wisata Kampung Nelayan, Kerajinan tangan anyaman Bakol, Adat kasi makan kampong, Wisata pemancingan, Tundang (Pantun Berdendang). Dengan potensi yang dimiliki desa wisata

sungai kupah menunjukkan keragaman yang dapat menarik perhatian wisatawan melalui media sosial.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah. Bagaimana pengaruh promosi media sosial *instagram* terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Desa Wisata Sungai Kupah Kabupaten Kubu Raya?

### **C. Batasan Masalah**

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Batasan masalah dalam penelitian ini adalah promosi *instagram* sebagai media sosial serta keputusan berkunjung wisatawan di Desa Wisata Sungai Kupah Kabupaten Kubu Raya.

### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian untuk mengetahui bagaimana promosi media sosial *instagram* terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Desa Wisata Sungai Kupah Kabupaten Kubu Raya.

### **E. Manfaat Penelitian**

#### **1. Manfaat Teoritis**

Adapun manfaat dilakukan penelitian ini adalah:

- a. Penelitian ini berharap dapat menambah pengetahuan yang lebih luas dan dapat menjadi sarana pengimplementasian ilmu pengetahuan yang dimiliki penulis.
- b. Diharapkan penelitian ini dapat melengkapi khasanah ilmu pengetahuan khususnya pada bidang pariwisata serta memberikan referensi, bahan wacana dan pustaka bagi seluruh mahasiswa dan kalangan akademisi STP AMPTA Yogyakarta.

## **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, masukan, serta rekomendasi manajerial yang bisa diterapkan oleh pengelola dan penentuan strategi-strategi selanjutnya yang lebih efektif dalam mengembangkan kawasan di Desa Wisata Sungai Kupah Kabupaten Kubu Raya.