

**SKRIPSI**

**PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN  
BERKUNJUNG WISATAWAN DI DESTINASI WISATA POSONG  
TEMANGGUNG**



**OLEH**

**EVA YOSHI VADMALINDA**

**517100693**

**PROGRAM STUDI PARIWISATA**

**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA**

**YOGYAKARTA**

**2021**

PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG  
WISATAWAN DI DESTINASI WISATA POSONG  
TEMANGGUNG



OLEH

EVA YOSHI VADMALINDA

NIM : 517100693

Telah Disetujui Oleh :

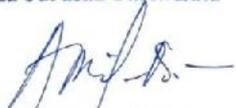
Pembimbing I

  
Drs. Santosa, M.M.  
NIDN. 0519045901

Pembimbing II

  
Hermawan P., S.Sos., M.M.  
NIDN. 0516057102

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Pariwisata

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

**BERITA ACARA UJIAN**  
**PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG**  
**WISATAWAN DI DESTINASI WISATA POSONG**

**TEMANGGUNG**

**SKRIPSI**

Oleh

**EVA YOSHI VADMALINDA**

**NIM : 517100693**

**Telah dipertahankan didepan penguji dan dinyatakan LULUS**

**Pada Tanggal: 28 Juli 2021**

**TIM PENGUJI**

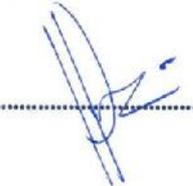
**Penguji Utama : Nikasius Jonet S., S.Sos., M.Si**  
**NIDN. 0518117401**

: 

**Pembimbing I : Drs. Santosa, M.M**  
**NIDN. 0519045901**

: 

**Pembimbing II : Hermawan P., S.Sos., M.M**  
**NIDN. 0516057102**

: 

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

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

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Eva Yoshi Vadmalinda

NIM : 517100693

Program Studi : Pariwisata

Judul Skripsi :PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP  
KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN  
DI DESTINASI WISATA POSONG TEMANGGUNG

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh 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 diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 20 Juli 2021  
Penulis  
  
  
64AJX288730699  
Eva Yoshi Vadmalinda  
NIM : 517100693

## **MOTTO**

“ Dalam tiap jerih payah ada keuntungan, tetapi kata-kata belaka mendatangkan  
kekurangan saja “

(Amsal 14 : 23)

“ Setiap usaha belum tentu membuahkan hasil, tetapi setiap doa akan selalu  
memperlancar usaha sampai berhasil “

(Penulis)

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Dengan penuh ungkapan rasa syukur, penulis telah menyelesaikan skripsi ini tentu saja berkat orang-orang yang selalu mendukung penulis. Dengan ini penulis mempersembahkan kepada:

1. Kedua orangtuaku Bapak Yulianto dan Ibu Supadmi yang selalu mendukung dan menyemangati penulis dalam penyusunan skripsi untuk dapat menyelesaikan jenjang S1.
2. Saudara-saudaraku yang selalu memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis.
3. Orang terdekat yang aku sayangi Meytia Eka Putri dan Panjie Adi Pratama yang selalu ada dalam suka maupun duka.
4. Sahabat dan teman-temanku yang selalu mendukungku selama ini.

## **KATA PENGANTAR**

Penulis mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI DESTINASI WISATA POSONG TEMANGGUNG” 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.

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.

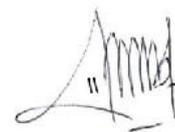
Ucapan terimakasih dan penghargaan setinggi-tingginya penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Drs. Santosa, M.M selaku pembimbing I yang telah mendampingi dan memberikan pengarahan mulai dari penyusunan proposal hingga penyusunan hasil selama penulisan skripsi.
2. Bapak Hermawan P., S.Sos., M.M selaku pembimbing II yang telah mendampingi dan memberikan pengarahan dalam penulisan selama penyusunan skripsi.

3. Bapak Nikasius Jonet S., S.Sos., M.Si selaku penguji utama yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menyampaikan hasil skripsi secara keseluruhan.
4. Pada pengelola destinasi wisata Posong Temanggung yang telah memberikan kesempatan pada saya untuk melakukan penelitian di objek wisata tersebut.
5. Pada para responden penelitian atas partisipasinya yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian.
6. Seluruh dosen dan staff Program Studi Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang telah banyak membekali penulis dengan berbagai ilmu pengetahuan selama kegiatan perkuliahan.

Demikian yang dapat penulis sampaikan. Akhir kata penulis ucapkan terimakasih.

Yogyakarta, 20 Juli 2021



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>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>	
<b>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 GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>	
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>	
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>	
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xv</b>	
<b>BAB I</b>	<b>PENDAHULUAN</b>	
	A. Latar Belakang .....	1
	B. Rumusan Masalah .....	3
	C. Batasan Masalah .....	4
	D. Tujuan Penelitian .....	4
	E. Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II</b>	<b>TINJAUAN PUSTAKA</b>	
	A. Teorisasi .....	6
	1. Media Sosial .....	6
	2. Keputusan Berkunjung .....	9

3. Wisatawan .....	11
B. Penelitian Terdahulu .....	11
C. Kerangka Pemikiran .....	17
D. Hipotesis Penelitian .....	18

**BAB III      METODE PENELITIAN**

A. Subjek dan Objek Penelitian .....	21
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	21
C. Populasi dan Sampel .....	22
D. Variabel Penelitian .....	23
1. Variabel .....	23
2. Definisi Konseptual .....	24
3. Definisi Operasional .....	25
E. Metode Pengumpulan Data .....	30
1. Jenis Instrumen .....	30
2. Uji Kelayakan Instrumen .....	31
F. Metode Analisis Data .....	36
1. Regresi Linier Berganda .....	37
2. Uji Hipotesis.....	38

**BAB IV      HASIL PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum .....	41
B. Karakteristik Data Penelitian.....	49
C. Hasil Uji Instrumen .....	53
D. Hasil Uji Kelayakan Variabel .....	55
E. Hasil Penelitian .....	58
F. Pembahasan .....	65

**BAB V      KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan .....	70
B. Saran .....	72

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Tiket Masuk .....	42
Gambar 4.2 Spot Foto 1 .....	44
Gambar 4.3 Spot Foto 2 .....	44
Gambar 4.4 Spot Foto 3 .....	45
Gambar 4.5 <i>Camping Ground</i> .....	46
Gambar 4.6 Kios Oleh-oleh .....	47
Gambar 4.7 Warung Kopi .....	47
Gambar 4.8 Gazebo1 .....	48
Gambar 4.9 Gazebo 2 .....	48
Gambar 4.10 Tempat Parkir Motor .....	48
Gambar 4.11 Tempat Parkir Mobil .....	49
Gambar 4.12 Tempat Cuci Tangan .....	49

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	12
Tabel 2.2 Kerangka Pemikiran .....	18
Tabel 3.1 Definisi Operasional .....	26
Tabel 4.1 Struktur Organisasi Destinasi Wisata Posong .....	43
Tabel 4.2 Karakteristik Jenis Kelamin .....	50
Tabel 4.3 Karakteristik Usia .....	50
Tabel 4.4 Karakteristik Pekerjaan .....	51
Tabel 4.5 Karakteristik Media Sosial Yang Paling Sering Digunakan .....	52
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas .....	53
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas .....	54
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas .....	55
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas .....	56
Tabel 4.10 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	57
Tabel 4.11 Hasil Regresi Linier Berganda .....	58
Tabel 4.12 Hasil Uji Determinasi .....	60
Tabel 4.13 Hasil Uji F .....	61
Tabel 4.14 Hasil Uji T .....	62

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran I Kuesioner Penelitian

Lampiran II Tabulasi Data Kuesioner dan Hasil Perhitungan SPSS

Lampiran III Gambar Kegiatan Penelitian

Lampiran IV Surat Ijin Penelitian dan Lembar Bimbingan

Lampiran V Tabel F dan Tabel T

## ABSTRAK

Destinasi Wisata Posong Temanggung merupakan salah satu objek wisata alam di Kabupaten Temanggung. Destinasi Wisata Posong Temanggung menyuguhkan pemandangan alam yang indah serta terdapat beberapa produk wisata seperti beberapa spot foto yang menarik dan beragam. Pengelola Destinasi Wisata Posong juga mempromosikan produk wisatanya ke media sosial yang dimiliki seperti *Instagram*, *Facebook*, *Whatsapp*. Kemudian wisatawan memanfaatkan akun media sosial tersebut sebagai sarana untuk mencari informasi terkait Destinasi Wisata Posong Temanggung sebelum mengunjungi destinasi wisata tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana pengaruh media sosial terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Destinasi Wisata Posong Temanggung. Penelitian kuantitatif dilakukan kepada 100 wisatawan yang sedang mengunjungi Destinasi Wisata Posong. Cara pengambilan sampel yaitu menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria responden yang pernah mengakses akun sosial media *Instagram*, *Facebook*, *Whatsapp* milik Destinasi Wisata Posong. Alat uji yang digunakan itu dengan uji regresi linier berganda untuk melihat pengaruh media sosial terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial *Instagram*, *Facebook*, *Whatsapp* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan secara simultan dengan  $f_{hitung}$  sebesar 13,259. Sedangkan *Instagram* merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan secara parsial dengan  $t_{hitung}$  sebesar 2,513. Keseluruhan variabel yang digunakan dalam penelitian ini berpengaruh sebesar 27,1 % sedangkan 72,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

**Kata kunci : media sosial, *Instagram*, *Facebook*, *Whatsapp*, keputusan berkunjung**

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

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

Kabupaten Temanggung merupakan salah satu bagian dari Provinsi Jawa Tengah yang memiliki potensi wisata yang beragam. Potensi wisata tersebut tersebar di beberapa titik di Kabupaten Temanggung. Salah satu indikator yang menandakan bahwa suatu destinasi berkembang adalah jumlah kunjungan wisatawan ke destinasi wisata. Kunjungan wisatawan ke Kabupaten Temanggung dalam kurun waktu 5 tahun terakhir terus meningkat menandakan bahwa destinasi wisata di Kabupaten Temanggung berkembang. Berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Temanggung pada tahun 2018 statistik kunjungan wisatawan yang mengunjungi Kabupaten Temanggung sebanyak 656.064 ribu wisatawan. Kabupaten Temanggung memiliki beberapa destinasi wisata tujuan diantaranya adalah wisata sejarah, wisata budaya, wisata buatan, dan wisata alam.

Wisata alam merupakan destinasi wisata yang menyajikan keindahan alam sebagai atraksi wisatanya. Wisata alam merupakan kegiatan rekreasi dan pariwisata yang memanfaatkan potensi alam untuk menikmati keindahan alam baik masih alami atau sudah ada usaha budidaya, agar ada daya tarik ke

tempat wisata tersebut. Salah satu objek wisata alam di Kabupaten Temanggung adalah Destinasi Wisata Posong Temanggung.

Destinasi Wisata Posong Temanggung terletak di Desa Tlahab, Kecamatan Kledung, Kabupaten Temanggung menyajikan keindahan alam dengan pemandangan gunung yang mengitari destinasi wisata ini. Selain menyajikan keindahan alam sebagai atraksi wisatanya, produk wisata lain yang mereka miliki antara lain seperti spot foto, *camping ground*, gardu pandang, dan lain lain. Produk wisata tersebut mereka tawarkan dalam bentuk foto maupun video melalui media sosial.

Melalui media sosial, calon wisatawan dapat mencari informasi seputar destinasi wisata yang akan dikunjungi. Wisatawan akan mencari destinasi wisata yang menarik melalui media sosial yang menggunggah produk wisata suatu destinasi yang menjadi daya tarik di daerah tersebut. Setelah mendapat informasi melalui media sosial, wisatawan akan mengambil keputusan untuk berkunjung atau tidak ke destinasi wisata tersebut. Dengan demikian pengelola Destinasi Wisata Posong Temanggung menggunakan media sosial untuk memperkenalkan produk wisata yang mereka miliki.

Wisata Alam Posong memiliki beberapa akun media sosial seperti akun *Instagram* dengan nama akun (@posong\_temanggung), akun *Facebook* dengan nama akun (Wisata Alam Posong, Tlahab, Kledung, Temanggung), dan nomor *Whatsapp* (0812-2522-5508). Beberapa media sosial tersebut dianggap afektif dalam mengkomunikasikan produk wisatanya kepada calon

wisatawan. Peran media sosial yang mereka gunakan dalam memperlihatkan produk wisatanya juga didukung oleh pengambilan foto dan video yang dikemas secara menarik sehingga calon wisatawan yang melihat tertarik untuk mengunjungi Destinasi Wisata Posong Temanggung

Berdasarkan fenomena-fenomena yang tertera diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI DESTINASI WISATA POSONG TEMANGGUNG”

## **B. Rumusan Masalah**

Pada era global saat ini media sosial memiliki peran yang penting sebagai penunjang kebutuhan hidup sehari-hari. Baik dalam hal mencari informasi, mengunggah pengalaman pribadi, bahkan media sosial saat ini juga digunakan untuk mencari nafkah. Salah satu yang biasanya disebarkan melalui media sosial adalah informasi wisata. menyebarkan informasi wisata melalui media sosial saat ini sudah merupakan kebiasaan atau budaya wisatawan ketika melakukan kegiatan wisata. penyebaran informasi tersebut dapat berupa teks, gambar, maupun video. Aplikasi media sosial yang banyak digunakan oleh wisatawan untuk menyebarkan informasi adalah *Instagram*, *Facebook*, dan *Whatsapp*. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah penelitian adalah :

1. Apakah ada pengaruh positif dan signifikan antara peran media sosial *Instagram, Facebook, Whatsapp* terhadap keputusan berkunjung wisatawan di destinasi wisata Posong Temanggung secara simultan.
2. Diantara komponen media sosial yang terdiri dari *Instagram, Facebook, Whatsapp*, manakah yang paling berpengaruh kuat atau dominan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di destinasi wisata Posong Temanggung.

### **C. Batasan Masalah**

Media sosial sekarang sudah mulai berkembang pesat diikuti dengan tren yang makin beragam di masa sekarang ini. Banyak bermunculan aplikasi media sosial yang kini digunakan oleh masyarakat dalam berkomunikasi dan mencari informasi. Salah satu media sosial yang paling populer dan banyak digunakan yaitu *Instagram, Facebook, dan Whatsapp*. Agar penelitian ini dapat dilakukan secara mendalam serta fokus dan tidak melebar, maka penulis memberi batasan pada konsep media sosial dan keputusan berkunjung wisatawan yang dibatasi dengan sosial media yang digunakan oleh wisatawan yaitu *Instagram, Facebook, dan Whatsapp*.

### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui ada atau tidaknya pengaruh positif dan signifikan antara peran media sosial *Instagram, Facebook, Whatsapp* terhadap

keputusan berkunjung wisatawan di destinasi wisata Posong Temanggung secara simultan. Dan komponen media sosial yang memiliki pengaruh paling kuat atau dominan dengan keputusan berkunjung wisatawan di destinasi wisata Posong Temanggung.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan setelah adanya penelitian yang diperoleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Bagi pengelola Wisata Posong, hasil penelitian ini dapat menjadi pertimbangan dan masukan serta bahan kajian atau dasar pedoman pengelola dalam pengembangan wisata dari segi promosi sehingga dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.
2. Bagi Institusi STP AMPTA, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan rujukan dan referensi untuk penelitian yang relevan di masa yang akan datang.
3. Bagi peneliti tulisan ini dapat menjadi sarana untuk mengembangkan wawasan penulis tentang pemasaran wisata dalam hal ini promosi wisata dan keputusan berkunjung.