

SKRIPSI

**PENGARUH TREND *HOME DÉCOR* DI *INSTAGRAM* TERHADAP
KEPUTUSAN BERWISATA DI DESA WISATA KASONGAN**



OLEH

MEYTIA EKA PUTRI

NIM 517100701

PROGRAM STUDI PARIWISATA

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA

YOGYAKARTA

2021

HALAMAN PENGESAHAN
SKRIPSI
PENGARUH *TREND HOME DECOR* DI *INSTAGRAM* TERHADAP
KEPUTUSAN BERWISATA DI DESA WISATA KASONGAN

Oleh:
MEYTIA EKA PUTRI
NIM 517100701

Telah disetujui oleh:

Pembimbing I



Nikasius Jonet S., S.Sos., M.Si
NIDN. 0518117401

Pembimbing II



Hamdan Anwari, S.Pd., M.Pd.B.I
NIDN. 0509118801

Mengetahui

Ketua Prodi






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

BERITA ACARA UJIAN
PENGARUH TREND HOME DÉCOR DI INSTAGRAM TERHADAP
KEPUTUSAN BERWISATA DI DESA WISATA KASONGAN

Oleh:
MEYTIA EKA PUTRI
NIM 517100701
PROGRAM STUDI PARIWISATA

Telah Dipertahankan Didepan Penguji Dan Dinyatakan Lulus

Pada Tanggal: 31 Juli 2021

Penguji	: <u>Hary Hermawan, S.Par., M.M</u> NIDN. 0530099002	()
Pembimbing I	: <u>Nikasius Jonet S., S.Sos., M.Si</u> NIDN. 0518117401	()
Pembimbing II	: <u>Hamdan Anwari, S.Pd., M.Pd.B.I</u> NIDN. 0509118801	()

Mengetahui,

Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta


Dis. Prihatno, M.M.
NIDN. 0526125901

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Meytia Eka Putri

NIM : 517100701

Program Studi : Pariwisata

Judul Skripsi : *PENGARUH TREND HOME DÉCOR DI INSTAGRAM*
TERHADAP KEPUTUSAN BERWISATA DI DESA
WISATA KASONGAN

Dengan ini penulis menyatakan bahwa skripsi yang penulis buat merupakan murni hasil karya penulis, skripsi ini tidak terdapat karya seseorang untuk memperoleh gelar sarjana Adapun kajian dan teori yang tercantum dalam skripsi ini telah tercantum pada daftar pustaka.

Yogyakarta, 26 Juli 2021



Meytia Eka Putri

NIM. 517100701

MOTTO

وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَى

"Dan bahwa manusia hanya memperoleh apa yang telah diusahakannya"

(QS. An-Najm, 39)

“Kamu tidak perlu merubah dirimu untuk menjadi apa yang orang inginkan.

Jadilah dirimu sendiri”.

(penulis)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT atas nikmat yang telah diberikan serta dukungan dan doa dari orang-orang tercinta, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, rasa bangga dan bahagia skripsi ini penyusunan persembahan untuk:

1. Ibu tersayang Setiyowati, Nenek tersayang Sriati, dan Bapak angkat M.Djahir yang telah mendukung dan berdoa tanpa henti kepada penulis untuk dapat menyelesaikan jenjang S1.
2. Keluarga keduaku di Jogja Ibu Fransiska dan Bapak Kholik yang telah memberikan dukungan dan selalu membantu dalam setiap keadaan.
3. Orang tersayang Eva Yoshi Vadmalinda dan Eranio Dwi Arya yang selalu ada dalam susah dan senang.
4. Seluruh teman dan sahabat saya yang telah memberikan semangat, memberikan kenangan, dan pelajaran hidup kepada penulis.

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Kepariwisata pada program Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta. Skripsi ini berisi tentang pengaruh *trend home décor* di *Instagram* terhadap keputusan berwisata di Desa wisata Kasongan,

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah berperan, baik secara langsung maupun tidak langsung mewujudkan skripsi ini. Ucapan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya secara tulus ikhlas penulis ucapkan kepada:

1. Bapak Drs. Prihatno, MM selaku penguji dan selaku Ketua STP AMPTA Yogyakarta yang telah memberi kesempatan kepada saya untuk menjelaskan isi skripsi secara keseluruhan dan telah memberikan ijin dalam penelitian ini.
2. Bapak Nikasius Jonet S., S.Sos., M.Si selaku Pembimbing I yang telah dengan sabar memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
3. Bapak Hamdan Anwari, S.Pd., M.Pd.B.I_ selaku Pembimbing II yang telah dengan sabar memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.

4. Bapak Arif Dwi Saputra, S.S., M.M. selaku Ketua Program Studi Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.
5. Seluruh dosen dan staff Program Studi Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang telah banyak membekali penulis dengan berbagai ilmu pengetahuan selama kuliah dan membantu penulis dalam mempersiapkan penyusunan Skripsi dari awal sampai selesai.
6. Kepada pemilik galeri Gudang handycraft dan pemilik galeri Mrajak keramik yang telah membantu dalam penelitian ini.
7. Kepada para responden penelitian yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mohon maaf atas kesalahan dan kekurangan yang ada. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat. Demikian yang dapat penulis sampaikan. Akhir kata penulis ucapkan terimakasih.

Yogyakarta, 26 Juli 2021

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN BERITA ACARA UJIAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Batasan Masalah	3
D. Tujuan Penelitian	3
E. Manfaat Penelitian	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	5
1. Pengertian Pariwisata	5
2. Pengertian Wisatawan	5
3. Media Sosial.....	7
4. <i>Instagram</i>	8

5. <i>Home Décor/ Home Decoration/ Design Interior</i>	9
6. Keputusan Berkunjung	9
7. AIDA	11
8. <i>Trend</i>	14
B. Penelitian Terdahulu	14
C. Kerangka Pemikiran	20
D. Hipotesis Penelitian	20
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	21
B. Subjek dan Objek Penelitian	21
C. Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian	22
D. Populasi dan Sampel	22
E. Variabel Penelitian	23
F. Teknik Pengambilan Data	28
G. Metode Analisis Data	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Desa Wisata Kasongan	35
B. Karakteristik Responden	41
C. Pembahasan	50
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	52
B. Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Variabel Indikator X dan Y	26
Tabel 3.2 Skala Likert Kueisoner Modifikasi.....	29
Tabel 4.1 Tabel frekuensi.....	44
Tabel 4.2 Usia	44
Tabel 4.3 Pekerjaan	45
Tabel 4.4 Validitas Variabel X dan Y	46
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas Variabel X dan Y	47
Tabel 4.6 Regresi Linear Sederhana.....	48
Tabel 4.7 Koefisien Determinasi	49
Tabel 4.8 Uji T.....	50
Tabel 4.9 Hasil Linearitas	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Tas Anyaman.....	38
Gambar 4.2 Keranjang Rotan.....	39
Gambar 4.3 Gantungan Ruangan.....	40
Gambar 4.4 Hiasan Dinding Kca dan Rak Anyaman.....	40
Gambar 4.5 Daun Kering dan Tempat Lampu Gantung	41
Gambar 4.6 Karpet Anyam	41
Gambar 4.7 Hiasan Meja Gerabah dan Celengan.....	42
Gambar 4.8 Pot Bunga dan Gentong Air	42
Gambar 4.9 <i>Probability Plot</i>	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Surat Penelitian, Lembar Bimbingan, dan Kuesioner Penelitian

Lampiran II Tabulasi dan Tabel Perhitungan

Lampiran III Dokumentasi

ABSTRAK

Saat ini media sosial digunakan untuk memperkenalkan produk yang dimiliki oleh Desa wisata Kasongan, didukung oleh *trend home decor* dengan tagar seperti *#homedecor*, *#interiordesign*, diharapkan mampu menciptakan kemudahan bagi calon wisatawan untuk mengetahui dan mengakses jenis produk *home decor* yang ditawarkan, sehingga akan menumbuhkan rasa perhatian berwisata. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar *trend home décor* yang ada di media sosial dalam menumbuhkan keputusan berwisata sehingga menarik wisatawan untuk berwisata di Desa Wisata Kasongan.

Metode penelitian yang digunakan merupakan metode penelitian kuantitatif, metode penelitian ini merupakan metode yang lebih menuju kepada aspek pengukuran secara objektif terhadap fenomena sosial. Penelitian ini mengambil objek di Desa Wisata Kasongan yang berlokasi di Kajen, Bangunjiwo, Kasihan, Bantul. Penelitian ini melibatkan 100 responden dengan teknik *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling* yaitu wisatawan yang ditemui sesuai dengan karakteristik tertentu di desa wisata Kasongan selama waktu penelitian yang telah ditentukan. Penelitian ini dilakukan pada bulan Februari sampai Mei 2021.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *trend home decor* di media sosial berpengaruh terhadap keputusan berwisata di desa wisata Kasongan dengan persamaan regresi $Y = 2808 + 0,832X$. hasil dari uji T menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 10.349 yang menyatakan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $10.349 > 1.660$, maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak yang berarti terdapat pengaruh antara *trend home décor* di *Instagram* terhadap keputusan berwisata dengan nilai kontribusi variabel X sebesar 52,2% terhadap variabel Y.

Kata Kunci: Media Sosial, *Trend Home Decor*

ABSTRACT

Currently, social media is used to introduce products owned by Kasongan Tourism Village, supported by home decor trends with hashtags such as #homedecor, #interiordesign, which is expected to create convenience for potential tourists to find out and access the types of home decor products offered, so that it will grow travel attention. The purpose of this study is to find out how big the home décor trend is in social media in growing travel decisions so that it attracts tourists to travel in Kasongan Tourism Village.

The research method used is a quantitative research, this research method is more towards the objective measurement aspects of social phenomena. This research takes the object in Kajen, Bangunjiwo, Kasihan, Bantul. This study involved 100 respondents using a non-probability sampling technique with a purposive sampling type, namely tourists who were met according to certain characteristics in Desa wisata Kasongan during a predetermined research time. This research was conducted from February to May 2021.

The results showed that the trend of home decor on social media influenced the decision to travel in Kasongan tourism village with the regression equation $Y = 2808 + 0.832X$. the results of the t-test show a tcount of 10,349 which states that the value of $t_{count} > t_{table}$ is $10,349 > 1,660$, it can be concluded that H_a is accepted and H_o is rejected, which means that there is an influence between the home decor trend on Instagram on the decision to travel with the contribution value of the X variable of 52, 2% to the Y variable.

Keywords: Social Media, Trend Home Decor

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Yogyakarta merupakan daerah yang memiliki potensi dan keberagaman wisata. Salah satu bentuk keberagaman wisata yang terkenal dan melekat di Yogyakarta yaitu wisata budaya, mengingat Yogyakarta dikenal sebagai pusat kebudayaan Jawa dan masih berlangsungnya berbagai macam aktivitas budaya seperti, grebek maulud, labuhan Parangkusumo, sekaten. Selain itu, Yogyakarta memiliki beberapa artefak atau peninggalan antara lain yaitu Keraton Yogyakarta, candi, monumen, peninggalan kolonial Belanda berupa benteng, museum budaya, dan desa wisata.

Desa wisata adalah kelompok swadaya masyarakat berbasis kearifan lokal dan budaya. Dalam aktivitas sosial dan tujuannya berupaya untuk meningkatkan pemahaman, dan partisipasi masyarakat dalam pembangunan kepariwisataan di wilayahnya. Adapun beberapa desa wisata yang ada di Yogyakarta melakukan pengembangan potensi masing-masing seperti Desa wisata Tembi, Desa wisata Manding, Desa wisata Krebbe, Desa wisata Trumpon, dan Desa wisata Kasongan.

Desa wisata Kasongan merupakan salah satu tempat penghasil gerabah dan kerajinan yang terletak di Kabupaten Bantul, Yogyakarta. Adapun desa tersebut memproduksi dan menjual berbagai kerajinan tangan, yang berbahan rotan maupun gerabah, dan berbagai produk *home decor* yang dapat digunakan

untuk menghias rumah. *Home decor* sebagai salah satu produk unggulan yang ditawarkan di Desa wisata Kasongan antara lain seperti, perabotan rumah tangga, *furniture*, hiasan dinding, dan gazebo. Desa wisata Kasongan dalam memasarkan produk *home decor* tersebut melalui beberapa media sosial.

Media sosial yang dimanfaatkan oleh para pemilik galeri yang ada di desa wisata Kasongan sebagian besar menggunakan *instagram*. Media tersebut dianggap efektif dalam mengkomunikasikan produknya kepada calon wisatawan. Peran *Instagram* dalam memperkenalkan produk-produk yang dimiliki oleh Desa wisata Kasongan, juga didukung oleh *trend home decor* yang saat ini diminati oleh berbagai kalangan di *Instagram*. Adanya tagar seperti *#homedecor*, *#dekorasirumah*, *#interiordesign*, diharapkan mampu menciptakan kemudahan bagi calon wisatawan untuk mengetahui dan mengakses jenis produk *home decor* yang ditawarkan, sehingga akan menumbuhkan rasa perhatian untuk mengunjungi Desa wisata Kasongan dan berkeinginan untuk membeli produk *home décor* yang tersedia di Desa wisata Kasongan.

Hasil observasi sementara yang telah dilakukan oleh penulis, menunjukkan bahwa pemilik galeri yang ada di Desa wisata Kasongan mayoritas telah mengkomunikasikan produknya melalui *Instagram* secara optimal. Namun penulis belum menemukan data secara *valid* terkait keputusan berwisata sehingga penulis tertarik untuk meneliti dan ingin mengetahui mengenai pengaruh dari *trend home décor* yang ada di media sosial dengan

judul “Pengaruh *Trend Home Decor* Di *Instagram* Sosial Terhadap Keputusan Berwisata Di Desa Wisata Kasongan”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu bagaimanakah pengaruh *trend home décor* di *Instagram* terhadap keputusan berwisata di Desa Wisata Kasongan.

C. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini yaitu pengaruh *trend home decor* di *Instagram* terhadap keputusan berwisata di desa wisata Kasongan.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditulis di atas, maka penulis menyimpulkan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *trend home décor* di *Instagram* terhadap keputusan berwisata di Desa Wisata Kasongan.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Pelaku Usaha Kasongan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan untuk pelaku usaha dan masyarakat yang ada di Kasongan dalam mengembangkan dan lebih inovatif dalam membuat produk *home decor*.

2. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi mahasiswa/i, yang menjalankan atau mengerjakan penelitian serupa.

3. Bagi Peneliti atau penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pembelajaran dan pengalaman dalam penerapan pengetahuan.