

**PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN
BERKUNJUNG WISATAWAN MILENIAL DI KAWASAN WISATA
ALAM PINUS PENGGER, DLINGO, KABUPATEN BANTUL**

SKRIPSI



**Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh
Derajat Sarjana Pariwisata**

Oleh:

RIZKI ARINA NUR AZMI

NO.MHS: 516200076

**PROGRAM STUDI S1 PARIWISATA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA**

2019

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN
BERKUNJUNG WISATAWAN MILENIAL DI KAWASAN WISATA
ALAM PINUS PENGGER, DLINGO, KABUPATEN BANTUL**

Oleh:

RIZKI ARINA NUR AZMI

NIM: 516200076

PROGRAM STUDI PARIWISATA

Telah disetujui oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II

**Ali Hasan, S.E., M.M.
NIDN. 0007106001**

**Fian Damasdino, SIP.,M.Sc.
NIDN. 0525098901**

**Mengetahui,
Ketua Jurusan Pariwisata**

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

BERITA ACARA UJIAN

**PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN
BERKUNJUNG WISATAWAN MILENIAL DI KAWASAN WISATA
ALAM PINUS PENGGER, DLINGO, KABUPATEN BANTUL**

Oleh:

RIZKI ARINA NUR AZMI

NIM: 516200076

PROGRAM STUDI PARIWISATA

**Telah Dipertahankan Didepan Penguji
Dan Dinyatakan Lulus
Pada Tanggal:**

**Penguji : Drs. Santosa, M.M. (.....)
NIDN. 0519045901**

**Pembimbing I : Ali Hasan, S.E., M.M. (.....)
NIDN. 0007106001**

**Pembimbing II : Fian Damasidino, SIP., M.Sc. (.....)
NIDN. 0525098901**

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

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

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rizki Arina Nur Azmi

NIM : 516200076

Program Studi : Pariwisata

Judul Skripsi : PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG
WISATAWAN MILENIAL DI KAWASAN WISATA
ALAM PINUS PENGGER, DLINGO, KABUPATEN
BANTUL

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 di acu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 14 Januari 2019

Penulis

Rizki Arina Nur Azmi
NIM. 516200076

MOTTO

*“... dan diatas tiap-tiap orang yang berpengetahuan
itu ada lagi yang Maha Mengetahui (QS Yusuf:76)*

*“Man Jadda Wajada: barang siapa yang bersungguh-
sungguh pasti akan mendapatkannya”*

HALAMAN PERSEMBAHAN

- Orang tua dan keluarga yang selalu mendoakan dan memberi dukungan terimakasih semuanya
- Teman-teman Study Lanjut dan orang-orang terdekat yang selalu memberikan support dan memberi bantuan

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penulisan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Pariwisata pada program Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA.

Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Bapak Ali Hasan, S.E.,M.M. selaku pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi.
2. Bapak Fian Damasdino, SIP.,M.Si. selaku pembimbing II yang telah mendampingi dan memberikan pengarahan selama penulisan skripsi.
3. Bapak Drs. Santosa, M.M. selaku penguji utama yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menyampaikan skripsi saya
4. Bapak Arif Dwi Saputra, S.S., M.M. selaku Ketua Program Studi Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta
5. Bapak Drs. Prihatno, M.M selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta
6. Bapak Toro selaku pengurus wisata alam Hutan Pinus Pengger yang telah memberikan izin melakukan penelitian dan membantu dalam melancarkan mengumpulkan data.
7. Pada 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, 14 Januari 2019

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
BERITA ACARA UJIAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Batasan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian	8
 BAB II LANDASAN TEORI	
A. Tinjauan Pustaka.....	9

B. Kerangka Pemikiran Teoritik.....	13
C. Penelitian Terdahulu	14
D. Hipotesis	16
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	17
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian	17
C. Populasi Dan Sampel	17
D. Variabel Dan Indikator Pengukuran	19
E. Definisi Konseptual Dan Operasional	20
F. Metode Pengumpulan Data.....	24
G. Metode Analisis Data.....	26
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Hutan Pinus Pengger.....	33
B. Pembahasan Analisa Data.....	50
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	83
B. Saran	85
DAFTAR PUSTAKA.....	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Informasi Wisatawan.....	3
Gambar 1.2 Instagram Hutan Pinus Pengger	5
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	13
Gambar 4.1 Pinus Pengger.....	33
Gambar 4.2 Area Parkir	38
Gambar 4.3 Kantor Sekretaris Pinus Pengger.....	40
Gambar 4.4 Bermain Ayunan	43
Gambar 4.5 Asuma Paduraksa	45
Gambar 4.6 Cetta Abipraya.....	46
Gambar 4.7 Pancawara.....	47
Gambar 4.8 Sabrang Anindha.....	48
Gambar 4.9 Reresik Jagad.....	49

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Kunjungan Wisatawan Hutan Pinus.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian.....	21
Tabel 4.1 Struktur Organisasi Anggota.....	36
Tabel 4.2 Distribusi Pengunjung Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 4.3 Distribusi Pengunjung Berdasarkan Usia	52
Tabel 4.4 Distribusi Pengunjung Berdasarkan Pendidikan.....	53
Tabel 4.5 Distribusi Pengunjung Berdasarkan Pekerjaan	54
Tabel 4.6 Distribusi Pengunjung Berdasarkan Sumber Informasi.....	55
Tabel 4.7 Distribusi Pengunjung Berdasarkan Motivasi Berkunjung.....	56
Tabel 4.8 Hasil Crosstab Jenis Kelamin dan Informasi Terkait Pinus Pengger	57
Tabel 4.9 Hasil Crosstab Jenis Kelamin dan Motivasi Berkunjung.....	58
Tabel 4.10 Hasil Crosstab Jenis Kelamin dan Menggunakan Hashtag Untuk Pencarian Foto di Instagram	59
Tabel 4.11 Hasil Crosstab Jenis Kelamin dan Menggunakan Geotag Untuk Pencarian Lokasi Foto.....	60
Tabel 4.12 Hasil Crosstab Jenis Kelamin dan Mengakses Informasi Melalui Media Sosial Sebelum Berkunjung	61
Tabel 4.13 Hasil Crosstab Pekerjaan dan Informasi Terkait Pinus Pengger	62
Tabel 4.14 Hasil Crosstab Pekerjaan dan Motivasi Berkunjung.....	64
Tabel 4.15 Hasil Crosstab Pekerjaan dan Menggunakan Hashtag Untuk Pencarian Foto di Instagram	65
Tabel 4.16 Hasil Crosstab Pekerjaan dan Menggunakan Geotag Untuk Pencarian Lokasi Foto	66
Tabel 4.17 Hasil Crosstab Pekerjaan dan Mengakses Informasi Melalui Media Sosial Sebelum Berkunjung	67

Tabel 4.18 Hasil Crosstab Tingkat Pendidikan Terakhir dan Informasi Terkait Pinus Pengger	68
Tabel 4.19 Hasil Crosstab Tingkat Pendidikan Terakhir dan Motivasi Berkunjung	69
Tabel 4.20 Hasil Crosstab Tingkat Pendidikan Terakhir dan Menggunakan Hashtag Untuk Pencarian Foto di Instagram	70
Tabel 4.21 Hasil Crosstab Tingkat Pendidikan Terakhir dan Menggunakan Geotag Untuk Pencarian Lokasi Foto	71
Tabel 4.22 Hasil Crosstab Tingkat Pendidikan Terakhir dan Mengakses Informasi Melalui Media Sosial Sebelum Berkunjung ..	72
Tabel 4.23 Hasil Uji Validitas	73
Tabel 4.24 Hasil Uji Reliabilitas	75
Tabel 4.25 Hasil Uji Koefisien Determinasi	76
Tabel 4.26 Hasil Uji T	77
Tabel 4.27 Hasil F (Anova)	78
Tabel 4.28 Hasil Regresi Berganda Parsial	80
Tabel 4.29 Hasil Regresi Berganda Simultan	81

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Permohonan Penelitian

Lampiran 2 Kuesioner dan Hasil Olah Data

Lampiran 3 Dokumentasi dan Proses Pengambilan Data

ABSTRAK

Pertumbuhan teknologi yang semakin meningkat di era modern saat ini menjadikan setiap orang sangat bergantung pada gadget dan media sosial guna mencari informasi dalam bidang apapun, salah satunya dalam bidang pariwisata. Wisatawan yang termasuk dalam generasi milenial akan mencari informasi melalui media sosial khususnya instagram terkait tempat wisata yang akan dikunjungi. Dengan adanya media sosial instagram akan mempermudah wisatawan mendapatkan informasi terkait wisata alam Pinus Pengger sebelum akhirnya memutuskan untuk berkunjung.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana pengaruh media sosial instagram terhadap keputusan berkunjung wisatawan milenial di kawasan wisata alam Pinus Pengger, Dlingo, Kabupaten Bantul. Penelitian kuantitatif ini dilakukan kepada 100 wisatawan milenial di wisata alam Pinus Pengger dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Teknik analisis yang digunakan yaitu dengan uji regresi linier berganda untuk melihat hubungan antara variabel media sosial instagram yang memiliki tujuh (7) indikator dengan variabel keputusan berkunjung wisatawan milenial. Hipotesa pada penelitian ini adalah ada pengaruh (H_a) dan tidak ada pengaruh (H_o).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial instagram berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan milenial maka dari itu H_a diterima dan H_o ditolak. Indikator yang paling berpengaruh pada penelitian ini adalah hashtag (#), mention dan geotag. Wisatawan lebih aktif menggunakan ketiga fitur tersebut sebelum akhirnya memutuskan untuk berkunjung.

Kata kunci: media sosial instagram, keputusan berkunjung, wisatawan milenial

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era sekarang ini kemudahan dalam mengakses internet menjadikan informasi mudah tersebar dengan luas dan cepat ke pengguna internet lainnya. Ratusan juta pemuda Indonesia merupakan pengguna internet aktif. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) dari 143 juta jiwa anak muda, 54% tercatat sebagai pengguna internet. Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) menyatakan 87% pengguna internet memanfaatkan untuk mengakses sosial media seperti Facebook, Twitter dan Instagram (katadata.co.id. 19 Februari 2018).

Generasi milenial sangat identik dengan *gadget* dan layanan aplikasi media sosial yang tidak bisa dipisahkan dari kebiasaan hidup. Generasi milenial atau biasa disebut juga dengan Generasi Y ini lahir di era kecanggihan teknologi pada tahun 1980-1994, hal ini lah yang menjadikan para generasi milenial lebih mengandalkan media sosial sebagai tempat mendapatkan informasi dan media sosial telah menjadi platform pelaporan dan sumber berita bagi masyarakat. Hal ini dapat diartikan bahwa internet atau media sosial sangat mempengaruhi kehidupan sehari-hari.

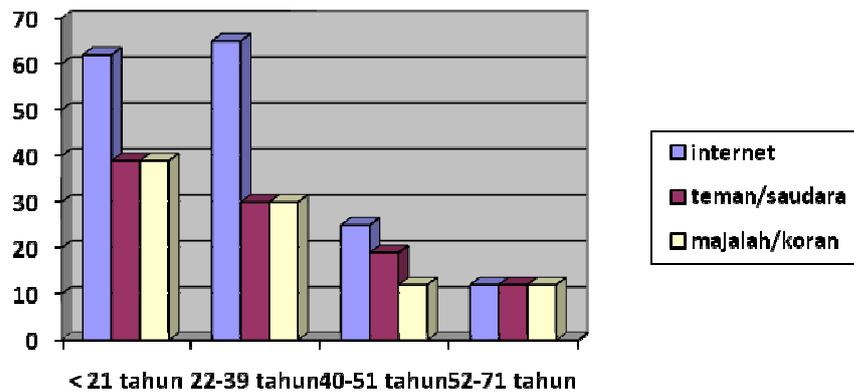
Seperti penelitian yang pernah dilakukan oleh Aditya (2015) bahwa media sosial berpengaruh sangat kuat terhadap minat fotografi pada suatu komunitas fotografi. Media instagram juga memiliki pengaruh yang

signifikan terhadap keputusan pembelian pada suatu produk online shop juga memberikan pengaruh yang berarti pada bidang pariwisata seperti beberapa keputusan berkunjung wisatawan pada suatu destinasi wisata dipengaruhi karena adanya media sosial. Wisatawan mencari informasi melalui media sosial sebelum mereka melakukan perjalanan dan berminat untuk mengunjungi destinasi wisata tersebut. Wisatawan ini biasanya adalah mereka para generasi milenial.

Wisatawan milenial adalah wisatawan yang gemar mencari pengalaman baru seperti wisata petualangan dan eksplorasi, mereka akan membagikan pengalaman perjalanan mereka di media sosial. Rata-rata wisatawan ini mengakui bahwa pilihan berlibur mereka adalah untuk mencari pengalaman wisata yang unik, baru, otentik dan personal. Alasannya karena wisatawan milenial ingin berbeda dari rekan-rekannya atau biasa disebut dengan anti *mainstream*. Mereka adalah wisatawan yang sangat potensial dalam dunia pariwisata karena perilaku wisatawan yang suportif terhadap pertumbuhan pariwisata. Pengaruh positifnya adalah permintaan yang tercipta dari generasi milenial akan memacu kemajuan teknologi dengan semakin bertumbuhnya berbagai macam aplikasi yang memungkinkan generasi milenial untuk melakukan perjalanan wisata dengan mudah dan cepat (kompas.com. 18 Desember 2018).

Pada gambar 1.1 menunjukkan bahwa mayoritas wisatawan datang menggunakan internet sebagai sumber informasi mereka dan banyak dari mereka yang

memilih internet adalah para generasi muda yakni berumur dibawah 40 tahun (Damasdino, 2016).



Gambar 1.1 informasi wisatawan
(Sumber: Hasil penelitian Damasdino, 2016)

Internet saat ini berkembang sebagai sarana interaksi berbagai kalangan di seluruh dunia. Perkembangan ini tentu saja dapat di manfaatkan sebagai media promosi yang dinilai cukup efektif salah satunya dengan media sosial instagram. Berdasarkan survey kepada responden traveler Indonesia ditemukan instagram sebagai jejaring sosial yang paling banyak digunakan karena instagram lebih menarik dengan tampilan layout, gambar dan tingkat privasi yang tinggi dan karakteristik traveler Indonesia suka menggunakan sosial media sebagai media menyimpan kenangan. Konten yang diposting traveler di sosial media memberikan kontribusi yang cukup signifikan tidak saja terhadap bisnis pariwisata namun juga menguntungkan wisatawan yang akan melakukan kegiatan wisata, diantaranya informasi tentang kualitas layanan, pengalaman perjalanan dan variasi harga (uph.edu. 9 Maret 2018)

Dapat dilihat pada tabel 1.1 kunjungan wisatawan mengalami peningkatan setiap tiga bulan ditahun 2016.

Tabel 1.1 data kunjungan wisatawan hutan pinus Kabupaten Bantul

Tipe Wisata	Wisatawan	Tahun 2016			
		Jan-Mar	Apr-Jun	Jul-Sep	Oktober-Des
Hutan Pinus	Wisatawan				
Kabupaten Bantul	Wisatawan	663	1.399	9.299	2.900
	Jumlah	663	1.399	9.299	2.900

(Sumber: Statistik Kepariwisataaan DIY, 2016)

Fakta ini dapat dijadikan sebagai motivasi bagi para stake holder untuk tetap terus melakukan kegiatan promosi agar tidak terjadi penurunan wisatawan dan diharapkan dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan sesuai dengan target.

Wisata alam Pinus Pengger misalnya yang saat ini sedang ramai karena banyak yang mengunggah gambar di media Instagram saat sedang melakukan kunjungan ke destinasi tersebut. Pinus Pengger sendiri sudah memiliki akun instagram yaitu @pinuspenger yang diikuti sebanyak 4.206 pengguna instagram lainnya dan telah mengunggah gambar sebanyak 406 yang mayoritas dihasilkan dari repost pemilik akun instagram yang mengikuti (Follower) akun @pinuspenger.



Gambar 1.2 instagram Hutan Pinus Pengger
(sumber: data pribadi)

Hutan Pinus Pengger beralamat di Dusun Sendangsari, Desa Terong, Kecamatan Dlingo, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Hutan Pinus Pengger ini menawarkan keindahan pemandangan dari ketinggian yang sejuk, wisatawan dapat menikmati *sunrise* dan *sunset* saat cuaca sedang cerah, juga dapat menikmati keindahan Gunung Merapi dari kejauhan. Tempat ini memiliki keindahan tidak hanya di siang hari, bahkan di malam hari pun tempat ini menyediakan spot foto yang menarik dan dinilai sangat *instagramable* yang dapat menarik masyarakat untuk melakukan kegiatan wisata. Beberapa spot foto tersebut adalah sangkar burung, tangan raksasa, sapu jagat dan spot yang meyerupai akar pohon.

Hasil dari beberapa penelitian yang sudah ada mengenai pengaruh media sosial terhadap keputusan berkunjung atau keputusan minat wisatawan menyatakan bahwa media sosial sangat berpengaruh pada keputusan

wisatawan tersebut dalam mengunjungi suatu DTW. Tetapi belum ada data yang menunjukkan bahwa keputusan wisatawan berkunjung di Kawasan Wisata Alam Pinus Pengger dipengaruhi karena adanya media instagram. Beberapa indikator instagram yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *hashtag*, *geotag*, *follow*, *like*, *share*, komentar dan *mention*. Dari fenomena yang ada, penulis ingin mengetahui pengaruh media sosial instagram pada keputusan berkunjung wisatawan di Kawasan Wisata Alam Pinus Pengger, maka dari itu penulis mengambil judul **“Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Milenial Di Kawasan Wisata Alam Pinus Pengger, Dlingo, Kabupaten Bantul”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat diuraikan identifikasi masalahnya sebagai berikut:

1. Apa pengaruh media sosial instagram terhadap keputusan berkunjung wisatawan milenial?
2. Seberapa besar pengaruh media sosial instagram terhadap keputusan berkunjung wisatawan milenial?

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini fokus dan terarah maka teori yang digunakan dibatasi pada teori sosial media instagram dan keputusan berkunjung. Sosial media instagram sendiri dilihat dari indikator yang dimilikinya yaitu *Hashtag*, *Geotag*, *Follow*, *Share*, *Like*, *Komentor* dan *Mention* (Bambang, 2012). Adapun keputusan berkunjung wisatawan dibatasi dengan faktor penarik dan faktor pendorong (Woodside & Martin, 2008).

D. Tujuan Penelitian

Penelitian dilakukan tentu untuk mencapai sebuah tujuan, berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Mengetahui adanya pengaruh media sosial instagram terhadap keputusan berkunjung wisatawan milenial.

2. Mengetahui seberapa besar pengaruh media sosial instagram terhadap keputusan berkunjung wisatawan milenial.

E. Manfaat Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak sebagai berikut:

1. Akademis

Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan penulis dan menambah keahlian dalam bidang pariwisata, terutama dalam mendukung tema-tema mengenai media sosial dan keputusan berkunjung.

2. Destinasi Wisata

Penelitian ini dapat digunakan sebagai data untuk pihak Hutan Pinus Pengger dan dapat digunakan sebagai bahan acuan untuk penelitian berikutnya. Diharapkan juga mampu dimanfaatkan sebagai bahan untuk pengembangan destinasi.

3. Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA

Dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu untuk dijadikan sebagai masukan dan evaluasi guna meningkatkan mutu pembelajaran.