

Sumber: Akun TikTok @tassy.sy (2024)

Judul Tugas Akhir Skripsi:

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* KONTEN LABUAN BAJO DAN *CELEBRITY ENDORSER* PADA AKUN TIKTOK @TASSY.SY TERHADAP MINAT BERKUNJUNG GENERASI Z

Proposal Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Ayra Sekar Putri Irawan

NIM 2010411241



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
VETERAN JAKARTA

2024

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Ayra Sekar Putri Irawan

NIM : 2010411241

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 6 Mei 2024

Yang menyatakan,



(Ayra Sekar Putri Irawan)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ayra Sekar Putri Irawan
NIM : 2010411241
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH KONTEN LABUAN
BAJO DAN CELEBRITY ENDORSER PADA AKUN TIKTOK @TASSY.SY
TERHADAP MINAT BERKUNJUNG GENERASI Z**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta,
Pada tanggal : 22 Mei 2024
Yang menyatakan,



(Ayra Sekar Putri Irawan)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Ayra Sekar Putri Irawan
NIM : 2010411241
PROGRAM STUDI : S1 Ilmu Komunikasi
JUDUL : Pengaruh Electronic Word of Mouth Konten Labuan Bajo dan
Celebrity Endorser pada Akun TikTok @tassy.sy terhadap
Minat Berkunjung Generasi Z

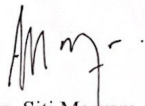
Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



(Dr. Drina Intyaswati, M.Si)

Penguji 1



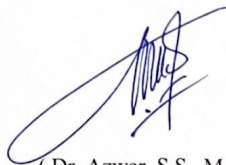
(Dra. Siti Maryam, M.Si)

Penguji 2



(Zayyin Abdul Quddus, M.I.Kom)

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



(Dr. Azwar, S.S., M.Si)

Ditetapkan di: Jakarta
Tanggal Ujian: 13 Mei 2024

**PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH KONTEN LABUAN
BAJO DAN CELEBRITY ENDORSER PADA AKUN TIKTOK
@TASSY.SY TERHADAP MINAT BERKUNJUNG GENERASI Z**

AYRA SEKAR PUTRI IRAWAN

ABSTRAK

Pemulihan sektor pariwisata di Indonesia, khususnya Labuan Bajo bisa diatasi dengan memanfaatkan perkembangan teknologi dan media sosial seperti TikTok. Tassy menjadi salah satu *content creator traveling* yang sering membagikan konten berwisata di TikTok. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *electronic word of mouth* (variabel X_1) konten Labuan Bajo dan *celebrity endorser* (variabel X_2) pada akun TikTok @tassy.sy terhadap minat berkunjung (variabel Y) Generasi Z. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Kredibilitas Sumber. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif eksplanatif. Teknik sampel menggunakan *Purposive Sampling* dengan melakukan penyebaran kuesioner melalui TikTok. Populasi penelitian adalah *followers* akun TikTok @tassy.sy dan diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 hasil dari rumus *Taro Yamane*. Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa E-WOM dan *celebrity endorser* masing-masing berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berkunjung, dengan besaran pengaruh *celebrity endorser* (0.827) lebih besar dibanding E-WOM (0.729). Sedangkan interaksi antara E-WOM dan *celebrity endorser* berpengaruh secara negatif terhadap minat berkunjung, artinya pengetahuan yang diperoleh melalui akun *celebrity endorser* di TikTok yang dielaborasi dengan E-WOM terkait Labuan Bajo tidak menjadikan adanya peningkatan minat berkunjung. Nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa kontribusi E-WOM konten Labuan Bajo dan *celebrity endorser* pada akun TikTok @tassy.sy terhadap minat berkunjung sebesar 92.3%.

Kata Kunci: *Electronic Word of Mouth, Celebrity Endorser, TikTok, Minat Berkunjung*

THE INFLUENCE OF LABUAN BAJO'S ELECTRONIC WORD OF MOUTH CONTENT AND CELEBRITY ENDORSERS ON TIKTOK ACCOUNTS @TASSY. SY ON GENERATION Z'S VISITING INTEREST

AYRA SEKAR PUTRI IRAWAN

ABSTRACT

The recovery of the tourism sector in Indonesia, especially Labuan Bajo can be overcome by utilizing technological developments and social media such as TikTok. Tassy is one of the traveling content creators who often shares travel content on TikTok. This study aims to determine how much influence electronic word of mouth (variable X1) Labuan Bajo content and celebrity endorsers (variable X2) on the TikTok account @tassy.sy on visiting interest (variable Y) of Generation Z. The theory used in this study is the Source Credibility Theory. The research method used is explanatory quantitative. The sample technique uses Purposive Sampling by distributing questionnaires through TikTok. The study population was followers of the TikTok account @tassy.sy and obtained a sample number of 100 results from the Taro Yamane formula. The results of multiple linear regression analysis showed that E-WOM and celebrity endorser each had a positive and significant effect on visiting interest, with the magnitude of celebrity endorser influence (0.827) greater than E-WOM (0.729). While the interaction between E-WOM and celebrity endorsers negatively affects visiting interest, it means that the knowledge gained through celebrity endorser accounts on TikTok elaborated with E-WOM related to Labuan Bajo does not make an increase in visiting interest. The value of the coefficient of determination shows that the contribution of E-WOM Labuan Bajo content and celebrity endorsers on the TikTok account @tassy.sy to visiting interest is 92.3%.

Keywords: *Electronic Word of Mouth, Celebrity Endorser, TikTok, Visiting Interest*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Konten Labuan Bajo dan *Celebrity Endorser* Pada Akun TikTok @tassy.sy Terhadap Minat Berkunjung Generasi Z”**. Adapun penulisan skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, partisipasi, dan dukungan yang luar biasa dari keluarga, teman-teman, serta kerabat hingga akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, dengan segala hormat peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua saya, Ayah Indra Irawan, S.E. dan Mama Dr. Dewi Kartikaningsih, S.E., M.M. yang selalu menjadi penyemangat peneliti sebagai sandaran terkuat dari kerasnya dunia, yang tiada hentinya selalu memberikan kasih sayang, doa, dan motivasi dengan penuh keikhlasan yang tak terhingga kepada peneliti. Terima kasih selalu berjuang untuk kehidupan peneliti. I love you 300000000000
2. Adik saya Aaliyah Naura Putri Irawan yang selalu memberikan doa dan dukungan luar biasa kepada peneliti, serta seluruh keluarga besar yang turut memberi motivasi untuk peneliti dalam proses menyusun skripsi ini.
3. Bapak Dr. Bekti Istiyanto, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
4. Bapak Dr. Azwar, S.S., M.Si. selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
5. Ibu Dr. Drina Intyaswati, M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu peneliti dengan dalam memberikan kritik dan saran yang sangat membangun serta bermanfaat hingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

6. Kak Tassy selaku pemilik akun media sosial TikTok @tassy.sy, yang telah menjadi inspirasi peneliti dan sangat membantu peneliti dalam proses pembuatan skripsi ini.
7. Responden penelitian yang telah meluangkan waktunya untuk membantu peneliti dalam melaksanakan penelitian.
8. Salsabilla Aldhana, Juliani Alya, Hanifa Berliana, dan Cut Nadia sebagai sahabat terdekat dari masa SMP yang selalu siap sedia untuk mendengarkan segala keluh kesah dan memberikan semangat kepada peneliti dalam proses menyusun skripsi ini.
9. Novyta Indryani, Dina Nabila, dan Miska Ithra Syahirah sebagai sahabat semasa perkuliahan yang senantiasa memberikan semangat, menghibur, menemani, serta mendengarkan keluh kesah peneliti.
10. Kak Alya Nabilah, Dhiva Shavira, Ester Basaria, Rivaldo Jeremy, dan Yusuf Rahul sebagai rekan seperbimbingan skripsi yang telah memberikan bantuan dan ilmu yang sangat berpengaruh dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Agisna Riawan, Beby Cahyaning, Zaki Anam, Farid Athabillya, Hayatuddin Arrofi, Tria Surya, Ardya Ratna Dewayani, Kevin Maxi, Muhammad Lathif, Kamilla Ramadhania, Griselda Aisyah sebagai teman semasa perkuliahan peneliti sejak awal hingga akhir. Terima kasih telah hadir untuk memberikan keceriaan, hiburan, semangat, dan membawa kenangan indah bagi peneliti.
12. Kak Farhan Dwiputera, Kak Daffa Arianto, Kak Nawafi, dan Kak Mara Zalfa sebagai kakak tingkat yang telah membantu peneliti selama perkuliahan dan memberikan semangat serta menghibur.
13. Muhammad Riski Ilhami sebagai seseorang yang pernah menemani, memberikan semangat, hiburan, dan bantuan selama proses penulisan skripsi ini. Terima kasih banyak atas segala waktu dan effort yang telah diberikan kepada peneliti.
14. Teman-teman seangkatan Ilmu Komunikasi 2020 yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih sudah berjuang bersama dan saling membantu dari awal perkuliahan hingga penulisan skripsi ini.

15. *Last but not least*. Terima kasih untuk diri saya sendiri, apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih karena terus berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati setiap proses yang bisa dibilang tidak mudah. Ini merupakan pencapaian yang patut diapresiasi untuk diri sendiri.

Jakarta, 06 Mei 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Ayra Sekar Putri Irawan', with a stylized flourish at the end.

Ayra Sekar Putri Irawan

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.3.1 Tujuan Praktis	11
1.3.2 Tujuan Teoritis	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Manfaat Akademik.....	12
1.4.2 Manfaat Praktis	12
1.5 Sistematika Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Penelitian Terdahulu	14
2.2 Konsep Penelitian.....	22
2.2.1 <i>Electronic Word of Mouth</i> (E-WOM)	22
2.2.2 Labuan Bajo	23
2.2.3 <i>Celebrity Endorser</i>	24
2.2.4 TikTok.....	25

2.2.5 Minat Berkunjung	26
2.2.6 Generasi Z	27
2.3 Teori Penelitian	28
2.3.1 Teori Kredibilitas Sumber	28
2.4 Kerangka Berpikir	30
2.5 Hipotesis Penelitian.....	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
3.1 Objek Penelitian	32
3.2 Jenis Penelitian.....	33
3.3 Teknik Pengumpulan Data	33
3.3.1 Populasi	34
3.3.2 Sampel.....	34
3.4 Sumber Data.....	36
3.5 Operasional Variabel.....	37
3.6 Uji Validitas	46
3.7 Uji Reliabilitas	47
3.8 Teknik Analisis Data.....	48
3.8.1 Analisis Kuantitatif	48
3.8.2 Pengujian Persyaratan Analisis	49
3.9 Waktu Penelitian	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Hasil Penelitian	56
4.1.1 Deskripsi Data	56
4.1.2 Karakteristik Responden	56
4.1.3 Analisis Pernyataan Variabel	60
4.1.4 Uji Asumsi Klasik Regresi.....	77
4.1.5 Uji F (Uji Simultan)	81
4.1.6 Uji T (Uji Parsial).....	82
4.1.7 Koefisien Determinasi.....	84
4.1.8 Persamaan Regresi Linear Berganda	85
4.2 Pembahasan.....	86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	92
5.1 Kesimpulan	92
5.2 Saran.....	93
5.2.1 Saran Praktis.....	93
5.2.2 Saran Teoritis	93

DAFTAR PUSTAKA	95
RIWAYAT HIDUP	103
LAMPIRAN	104

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Jumlah Perjalanan Wisatawan Domestik, Tahun 2019-2023.....	1
Gambar 2. Diagram Kunjungan Wisatawan Domestik Labuan Bajo	2
Gambar 3. Diagram 8 Negara dengan Pengguna TikTok Terbesar di Dunia	4
Gambar 4. E-WOM Konten Labuan Bajo TikTok @tassy.sy	6
Gambar 5. Konten Labuan Bajo Melalui <i>Celebrity Endorser</i>	7
Gambar 6. Akun dan Konten TikTok @tassy.sy	32

DAFTAR TABEL

Tabel 1. <i>Content Creator</i> Indonesia di TikTok.....	5
Tabel 2. Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3. Skor Skala Likert	37
Tabel 4. Operasionalisasi Variabel Bebas (Independent Variable).....	38
Tabel 5. Operasionalisasi Variabel Terikat (Dependent Variable)	43
Tabel 6. Rentang pada Nilai KMO	46
Tabel 7. Tingkat Reliabilitas pada Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	47
Tabel 8. Uji Validitas Variabel	50
Tabel 9. Nilai KMO dan <i>Bartlett's Test</i>	50
Tabel 10. Nilai Anti-Image Correlation MSA	51
Tabel 11. Nilai Komunalitas	52
Tabel 12. Component Transformation Matrix.....	53
Tabel 13. Hasil Uji Reliabilitas	54
Tabel 14. Waktu Penelitian	55
Tabel 15. Gen Z yang Berusia 18-24 Tahun	57
Tabel 16. Asal Daerah Responden	58
Tabel 17. Jenis Kelamin Responden	59
Tabel 18. Status Responden	59
Tabel 19. Tanggapan Pernyataan 1 (X1).....	60
Tabel 20. Tanggapan Pernyataan 2 (X1).....	61
Tabel 21. Tanggapan Pernyataan 3 (X1).....	62
Tabel 22. Tanggapan Pernyataan 4 (X1).....	62
Tabel 23. Tanggapan Pernyataan 5 (X1).....	63
Tabel 24. Tanggapan Pernyataan 6 (X1).....	63
Tabel 25. Tanggapan Pernyataan 7 (X1).....	64
Tabel 26. Tanggapan Pernyataan 8 (X1).....	64
Tabel 27. Tanggapan Pernyataan 1 (X2).....	65
Tabel 28. Tanggapan Pernyataan 2 (X2).....	66
Tabel 29. Tanggapan Pernyataan 3 (X2).....	67
Tabel 30. Tanggapan Pernyataan 4 (X2).....	67
Tabel 31. Tanggapan Pernyataan 5 (X2).....	68

Tabel 32. Tanggapan Pernyataan 6 (X2).....	69
Tabel 33. Tanggapan Pernyataan 7 (X2).....	69
Tabel 34. Tanggapan Pernyataan 8 (X2).....	70
Tabel 35. Tanggapan Pernyataan 1 (Y).....	71
Tabel 36. Tanggapan Pernyataan 2 (Y).....	72
Tabel 37. Tanggapan Pernyataan 3 (Y).....	73
Tabel 38. Tanggapan Pernyataan 4 (Y).....	73
Tabel 39. Tanggapan Pernyataan 5 (Y).....	74
Tabel 40. Tanggapan Pernyataan 6 (Y).....	75
Tabel 41. Tanggapan Pernyataan 7 (Y).....	75
Tabel 42. Tanggapan Pernyataan 8 (Y).....	76
Tabel 43. Hasil Uji Normalitas	77
Tabel 44. Hasil Uji Multikolinearitas.....	78
Tabel 45. Hasil Uji Autokorelasi	79
Tabel 46. Hasil Uji Heteroskedastisitas	80
Tabel 47. Hasil Uji F	81
Tabel 48. Hasil Uji Hipotesis (Uji T).....	82
Tabel 49. Hasil Koefisien Determinasi	84
Tabel 50. Hasil Persamaan Regresi Linear Berganda	85

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kontrak Penulisan Tugas Akhir Skripsi	104
Lampiran 2. Kartu Bimbingan Tugas Akhir Skripsi	104
Lampiran 3. Lembar Persetujuan Sidang Skripsi	105
Lampiran 4. Lembar Perbaikan Sidang Proposal	106
Lampiran 5. Kuesioner Penelitian	109
Lampiran 6. Data Variabel X1	114
Lampiran 7. Data Variabel X2	115
Lampiran 8. Data Variabel Y	116
Lampiran 9. Dokumentasi	117
Lampiran 10. Hasil Analisis Uji	118
Lampiran 11. Hasil Cek Turnitin	122
Lampiran 12. Sertifikat	123