



Sumber: Instagram @genpikotawaringinbarat

Judul Skripsi :

**PENGARUH DAYA TARIK KONTEN AKUN INSTAGRAM
@GENPIKOTAWARINGINBARAT TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG
KE DESTINASI WISATA DI KOTAWARINGIN BARAT**

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

Nama : Chaidir Agro Dwi Putra Santoso

NIM : 1610411140



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA**

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Chaidir Agro Dwi Putra Santoso
NIM : 1610411140
Program Studi : Ilmu Komunikasi

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

Jakarta, 28 Juli 2020

Yang menyatakan,



Chaidir Agro Dwi Putra Santoso

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi diajukan oleh :

Nama : Chaidir Agro Dwi Putra Santoso

NIM : 1610411140

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *Advertising*

Judul Skripsi : Pengaruh Daya Tarik Konten Akun Instagram @genpikotawaringinbarat Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Destinasi Wisata Di Kotawaringin Barat

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

Pembimbing Utama



(Lukman Saleh Waluyo, M.Si.)

Pembimbing Pendamping



(Ratu Nadya W., MM)

Ph. Ketua Program Studi



(Intan Putri Cahyani, M.I.Kom)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 15 Juli 2020

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI

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

Nama : Chaidir Agro Dwi Putra Santoso

NIM : 1610411140

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *Advertising*

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti *Non-Eksklusif* atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Pengaruh Daya Tarik Konten Akun Instagram @genpikotawaringinbarat Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Destinasi Wisata Di Kotawaringin Barat.

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 : 28 Juli 2020

Yang menyatakan,



Chaidir Agro Dwi Putra Santoso

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan anugerahnya sehingga penyusunan Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Skripsi dengan judul Pengaruh Daya Tarik Konten Akun Instagram @genpikotawaringinbarat Terhadap Keputusan Berkunjung ke Destinasi Wisata di Kotawaringin Barat merupakan karya yang digunakan untuk memenuhi salah satu syarat penyelesaian program studi S1 Ilmu Komunikasi, Konsentrasi Periklanan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Dalam penyusunan Skripsi ini, penulis telah mendapatkan banyak bimbingan, bantuan serta saran dari berbagai pihak. Oleh karena itu, melalui kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya atas dukungan dan motivasi baik moril ataupun materiil secara langsung maupun tidak langsung kepada segenap pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan Skripsi ini hingga sampai berakhir dan terselesaikan dengan baik seperti sekarang ini, yaitu kepada:

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan keberkahan, rahmat, serta karunianya sehingga penulis dapat diberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.
2. Dr. R. Dudy Heryadi selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
3. Maria Febiana Christanti, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
4. Lukman Saleh Waluyo, M.Si. selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah memberikan bimbingan berupa saran ataupun arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini,

5. Ratu Nadya W., MM. selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah memberikan masukan dan bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Keluarga yang penulis sangat cintai dan sayangi yaitu Bapak Suparmin, Mama Aprida, Mas Dede Agri, Mba Galih Saputri, dan Rohid Aji Sunan yang selalu memberikan doa, dukungan maupun motivasi untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas kasih sayangnya, doa, dukungan, serta motivasi yang kalian berikan sehingga penulis dapat sampai dalam tahap ini.
7. Untuk Tante Nun, Om Aim, dan Aufa sebagai keluarga kedua penulis selama berkuliah di Jakarta yang telah memberikan doa, dukungan serta semangat, terima kasih banyak atas semuanya.
8. Komunitas GenPI Kotawaringin Barat, khususnya Mas Aziz, Abang Anggi Hermawan, Kak Anita Anggreini, yang telah memberikan penulis kemudahan dan kelancaran dalam mendapatkan informasi mengenai GenPi Kotawaringin Barat serta ruang dan waktu kepada peneliti untuk melakukan penelitian selama proses penulisan skripsi.
9. *Followers* akun Instagram @genpikotawaringinbarat yang telah membantu penulis dalam mengisi kuesioner skripsi ini.
10. Sahabat penulis yang luar biasa yaitu Irfan Al Hamdi, Tia, Naomi, Cia, Qhori Anandra, Reza Akbar, Adika Fadhlurrahman, Alfi Syahrinur yang juga memberikan dukungan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih banyak atas bantuan, masukan ataupun nasihat kalian selama penulis menyusun skripsi ini
11. Keluarga besar mahasiswa Ilmu Komunikasi UPNVJ 2016 yang telah berjuang bersama-sama dalam memberikan semangat selama ini. Terima kasih atas semua kebersamaan, ilmu, pengalaman dan kerja sama yang dilakukan selama proses perkuliahan.

Demikian akhir kata penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, Besar harapan penulis untuk bisa memperoleh masukan, saran, dan kritik yang sifatnya membangun dari siapa pun yang membaca ini demi kesempurnaan skripsi ini. Sekian dan terima kasih. Semoga skripsi ini menjadi sesuatu yang berguna dan bermanfaat bagi kita bersama.

Jakarta, 28 Juli 2020



Chaidir Agro Dwi Putra Santoso

Pengaruh Daya Tarik Konten Akun Instagram @genpikotawaringinbarat terhadap Keputusan Berkunjung ke Destinasi Wisata di Kotawaringin Barat

Chaidir Agro Dwi Putra Santoso

Abstrak

Pesatnya perkembangan teknologi dan komunikasi membawa perubahan pada sektor pariwisata, hal itu memudahkan untuk mempromosikan destinasi wisata kepada khalayak luas melalui daya tarik konten-konten yang disajikan dengan menggunakan wadah digital seperti melalui media sosial, seperti Instagram. Salah satunya akun Instagram @genpikotawaringinbarat, merupakan akun yang menyajikan konten-konten tentang pariwisata di Kotawaringin Barat. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui adanya pengaruh serta seberapa besar tingkat pengaruh daya tarik konten akun Instagram @genpikotawaringinbarat terhadap keputusan berkunjung ke destinasi wisata di Kotawaringin Barat. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *A-T-R (Awareness-Trial-Reinforcement)*. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif eksplanatif dengan menggunakan metode survei. Populasi yang dipilih adalah pengikut akun Instagram @genpikotawaringinbarat dengan jumlah sampel sebanyak 93 responden, menggunakan teknik *random sampling*. Hasil penelitian ini menyatakan H_a diterima dan H_0 ditolak, terdapat pengaruh antara Daya Tarik Konten Akun Instagram @genpikotawaringinbarat terhadap Keputusan Berkunjung ke Destinasi Wisata di Kotawaringin Barat. Hasil uji korelasi didapatkan nilai koefisien korelasinya r yaitu 0,690 sehingga dapat diartikan nilai tersebut mempunyai hubungan yang kuat. Koefisien Determinasi menunjukkan besarnya pengaruh sebesar 49,2% merupakan hasil kontribusi konten akun Instagram terhadap keputusan berkunjung. Sebagai akun yang cukup berpengaruh, diharapkan Instagram @genpikotawaringinbarat dapat lebih berinovasi dalam mengembangkan konten-konten yang lebih menarik dan kreatif sehingga dapat meningkatkan ketertarikan khalayak untuk melakukan keputusan berkunjung ke destinasi wisata di Kotawaringin Barat.

Kata Kunci : Daya Tarik Konten, Instagram, Wisata, Keputusan Berkunjung

The Influence of the Attractiveness of Instagram @genpikotawaringinbarat Account Content on the Decision to Visit Travel Destinations at Kotawaringin Barat

Chaidir Agro Dwi Putra Santoso

Abstract

The rapid development of technology and communication bring changes to the tourism sector, it makes it easy to promote tourist destinations to a wide audience through the attractiveness of content that is presented using digital containers such as through social media, such as Instagram. One of them is the Instagram account @genpikotawaringinbarat, an account that presents content about tourism in Kotawaringin Barat. The purpose of this study was to determine the effect and how much influence the level of attractiveness of Instagram @genpikotawaringinbarat account content on the decision to visit tourist destinations in West Kotawaringin. The theory used in this research is A-T-R (Awareness-Trial-Reinforcement). The approach used is quantitative explanatory using survey methods. The selected population was followers of the Instagram account @genpikotawaringinbarat with a total sample of 93 respondents, using a random sampling technique. The results of this study stated that H_a was accepted and H_o was rejected, there was an influence between the Attractiveness of the Instagram @genpikotawaringinbarat Account Content on the Decision to Visit Tourism Destinations in West Kotawaringin. Correlation test results obtained a correlation coefficient r value of 0.690 so that it can be interpreted that value has a strong relationship. The coefficient of determination shows the magnitude of the effect of 49.2% is the result of the contribution of the Instagram account content to visit decisions. As an account that is quite influential, Instagram @genpikotawaringinbarat is expected to be more innovative in developing more interesting and creative content so that it can increase public interest in making decisions to visit tourist destinations in West Kotawaringin.

Keywords: Content Attractiveness, Instagram, Travel, Visiting Decisions

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
Abstrak.....	viii
<i>Abstract</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Sistematika Penelitian	11
BAB II	14
TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
2.2 Konsep – Konsep Penelitian	22
2.2.1 Daya Tarik <i>Content Marketing</i>	22
2.2.2 Media Baru (<i>New Media</i>)	24
2.2.3 Media Sosial.....	25
2.2.4 Instagram.....	27
2.2.5 <i>Digital Marketing</i>	29
2.2.6 Keputusan Berkunjung	31

2.3 Teori Penelitian.....	34
2.3.1 Teori <i>ATR (Awareness-Trial-Reinforcement)</i>	34
2.4 Kerangka Berpikir	36
2.4.1 Operasional Variabel.....	37
2.5 Hipotesis	42
BAB III.....	44
METODE PENELITIAN	44
3.1 Metodologi Penelitian.....	44
3.2 Populasi dan Sampel	45
3.2.1 Populasi.....	45
3.2.2 Sampel.....	46
3.3 Metode Pengumpulan data.....	47
3.3.1 Data Primer	47
3.3.2 Data Sekunder.....	48
3.4 Metode Analisis Data	48
3.4.1 Uji Validitas.....	49
3.4.2 Uji Reliabilitas.....	52
3.4.3 Uji Korelasi.....	54
3.4.4 Koefisien Determinasi.....	55
3.4.5 Uji Regresi	55
3.4.6 Uji Hipotesis	56
3.5 Waktu dan Lokasi Penelitian	58
BAB IV	59
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	59
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	59
4.1.1 Profil Generasi Pesona Indonesia (GenPi) Kotawaringin Barat....	59
4.1.2 Logo Generasi Pesona Indonesia (GenPi) Kotawaringin Barat.....	59
4.1.2 <i>Motto/tagline</i> Generasi Pesona Indonesia (GenPi) Kotawaringin Barat.....	60
4.2 Hasil Penelitian	61

4.2.1 Karakteristik Responden	61
4.2.2 Analisis Pernyataan Variabel Daya Tarik Konten Instagram	64
4.2.3 Analisis Pernyataan Variabel Keputusan Berkunjung.....	79
4.2.4 Analisis Hasil Uji Korelasi	97
4.2.5 Analisis Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	98
4.2.6 Analisis Hasil Uji Regresi.....	99
4.2.7 Analisis Hasil Uji Hipotesis	100
4.3 Pembahasan	101
BAB V.....	106
KESIMPULAN DAN SARAN	106
5.1 Kesimpulan	106
5.2 Saran.....	107
DAFTAR PUSTAKA	109

DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Penelitian Terdahulu	14
Tabel 2 : Operasional Variabel	38
Tabel 3 : Uji Validitas Variabel X	50
Tabel 4 : Uji Validitas Variabel Y	51
Tabel 5 : Tingkat Reliabilitas berdasarkan Nilai Alpha Cronbach's	53
Tabel 6 : Uji Reliabilitas Variabel X.....	54
Tabel 7 : Uji Reliabilitas Variabel Y.....	54
Tabel 8 : Tabel Waktu Pelaksanaan Penelitian	58
Tabel 9 : Jenis Kelamin.....	62
Tabel 10 : Usia	62
Tabel 11 : Pendidikan Terakhir atau Saat ini	63
Tabel 12 : Pekerjaan.....	63
Tabel 13 : Responden merupakan Followers @genpikotawaringinbarat	64
Tabel 14 : Pernyataan X1	64
Tabel 15 : Pernyataan X2.....	65
Tabel 16 : Pernyataan X3.....	66
Tabel 17 : Pernyataan X4.....	67
Tabel 18 : Pernyataan X5.....	68
Tabel 19 : Pernyataan X6.....	69
Tabel 20 : Pernyataan X7.....	70
Tabel 21 : Pernyataan X8.....	71
Tabel 22 : Pernyataan X9.....	72
Tabel 23 : Pernyataan X10.....	73
Tabel 24 : Pernyataan X11	74
Tabel 25 : Pernyataan X12.....	75
Tabel 26 : Pernyataan X13.....	76
Tabel 27 : Pernyataan X14.....	77
Tabel 28 : Pernyataan X15.....	78

Tabel 29 : Pernyataan X16.....	79
Tabel 30 : Pernyataan Y1	80
Tabel 31 : Pernyataan Y2.....	81
Tabel 32 : Pernyataan Y3.....	81
Tabel 33 : Pernyataan Y4.....	82
Tabel 34 : Pernyataan Y5.....	83
Tabel 35: Pernyataan Y6.....	84
Tabel 36 : Pernyataan Y7.....	85
Tabel 37 : Pernyataan Y8.....	86
Tabel 38 : Pernyataan Y9.....	87
Tabel 39 : Pernyataan Y10.....	88
Tabel 40 : Pernyataan Y11	89
Tabel 41 : Pernyataan Y12.....	90
Tabel 42 : Pernyataan Y13.....	91
Tabel 43 : Pernyataan Y14.....	91
Tabel 44 : Pernyataan Y15.....	92
Tabel 45 : Pernyataan Y16.....	93
Tabel 46 : Pernyataan Y17.....	94
Tabel 47 : Pernyataan Y18.....	95
Tabel 48 : Pernyataan Y19.....	96
Tabel 49 : Pernyataan Y20.....	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Infografis kontribusi pengguna internet per Wilayah 2018	3
Gambar 2 : Infografis pengguna internet per provinsi di Kalimantan 2018	4
Gambar 3 : Infografis pertumbuhan pengguna media sosial di Indonesia 2019.....	6
Gambar 4 : Grafik data wisatawan yang berkunjung ke Kotawaringin Barat	10
Gambar 5 : Kerangka Berpikir	36
Gambar 6 : Logo GenPi Kotawaringin Barat.....	59
Gambar 7 : Hasil Uji Korelasi.....	98
Gambar 8 : Hasil Uji Koefisien Determinasi	99
Gambar 9 : Hasil Uji Regresi	100
Gambar 10 : Hasil Uji Hipotesis	101

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A1. Kuesioner	11414
Lampiran A2. Kuesioner <i>Google Form</i>	120
Lampiran B. Tabel Induk Data Penelitian.....	127
Lampiran C1. Uji Validitas Variabel X (Daya Tarik Konten).....	131
Lampiran C2. Uji Validitas Variabel Y (Keputusan Berkunjung).....	132
Lampiran D. Riwayat Hidup	133