



Judul Skripsi :

**PENGARUH PESAN PERSUASIF DALAM INSTAGRAM @PESONAIID_TRAVEL
TERHADAP SIKAP BERKUNJUNG WISATAWAN NUSANTARA**

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

Nama : Irfan Al Hamdi

NIM : 1610411074



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA

“Amalan yang lebih dicintai Allah adalah amalan yang terus menerus dilakukan walaupun sedikit.”

Nabi Muhammad SAW

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Irfan Al Hamdi
NIM : 1610411074
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, 29 Juli 2020

Yang menyatakan,

A yellow rectangular stamp with the text "METERAI TEMPE" at the top, a small emblem in the center, and "6000 ENAM RIBURUPIAH" at the bottom. A handwritten signature is written over the stamp.
Irfan Al Hamdi

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi diajukan oleh :

Nama : Irfan Al Hamdi
NIM : 1610411074
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Advertising*
Judul Skripsi : Pengaruh Pesan Persuasif Dalam Instagram @pesonaid_travel Terhadap Sikap Berkunjung Wisatawan Nusantara.

Bahwa penulis skripsi ini telah disetujui oleh Pembimbing I maupun Pembimbing II skripsi dan Ketua Program Studi, sebagai 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



(Windhi Tia Saputra, M.Si.)

Plh. 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 : Irfan Al Hamdi
NIM : 1610411074
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 Pesan Persuasif Dalam Instagram @pesonaid_travel Terhadap Sikap Berkunjung Wisatawan Nusantara.

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 : 29 Juli 2020

Yang menyatakan,



Irfan Al Hamdi

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan Karunia, Taufik, Hidayah, Rahmat dan Ridho Nya, sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya. Proses penyusunan Skripsi yang berjudul Pengaruh Pesan Persuasif Dalam Instagram @pesonaid_travel Terhadap Sikap Berkunjung Wisatawan Nusantara ini melibatkan banyak pihak yang terkait. Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih atas dukungan dan bantuan yang diberikan dengan tulus terutama kepada:

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat, kemudahan dan kelancaran serta karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan 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 Utama yang telah memberikan masukan dan arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini,
5. Windhi Tia Saputra, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang telah memberikan masukan dan arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini,
6. Keluarga tercinta yaitu ayah Wahyudi Djerman Siswanto, mama Arnita, SE, kakak Arief Al Falah yang telah memberikan doa dan dukungan untuk penulis menyelesaikan skripsi ini.
7. Pengikut akun Instagram @pesonaid_travel yang telah membantu penulis dalam mengisi kuesioner skripsi ini.

8. Sahabat penulis Qhori Anandra, Chaidir Agro, Novira Andiani, Adika Fadhlurrahman, Fachrurrozi Hidayat, Alfi Syahrinur yang juga memberikan dukungan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
9. Tentunya mahasiswa Ilmu Komunikasi UPNVJ 2016 yang telah berjuang bersama-sama dalam memberi semangat dan mau bekerja sama selama ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih sangat jauh dari sempurna. Karenanya, penulis membuka diri terhadap kritik dan saran yang membangun. Penulis berharap Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak, dan dapat diterima untuk penelitian lanjutan.

Jakarta, 29 Juli 2020



Irfan Al Hamdi

Pengaruh Pesan Persuasif Dalam Instagram @pesonaid_travel Terhadap Sikap Berkunjung Wisatawan Nusantara

UPN Veteran Jakarta

Irfan Al Hamdi

Abstrak

Perkembangan teknologi membawa cara berkomunikasi menjadi lebih mudah dan beragam karena kehadiran media sosial, salah satunya Instagram. Tidak hanya menjadi sarana berkomunikasi, namun menjadi ajang promosi, termasuk bidang pariwisata. Salah satunya adalah Pesona Indonesia dengan *username* @pesonaid_travel, membagikan pesan-pesan persuasif untuk mempengaruhi pengikutnya agar mengunjungi destinasi wisata yang ditampilkan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pesan persuasif dalam Instagram @pesonaid_travel terhadap sikap berkunjung wisatawan nusantara. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Elaboration Likelihood Theory*. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif eksplanatif dengan menggunakan metode survei. Populasi yang dipilih adalah pengikut akun Instagram @pesonaid_travel dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden, menggunakan teknik *random sampling*. Untuk mengetahui adanya pengaruh peneliti menggunakan uji korelasi, uji koefisien determinasi, dan uji regresi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hasil hipotesis penelitian membuktikan H_a diterima dan H_o ditolak, terdapat pengaruh antara Pesan Persuasif Dalam Instagram @pesonaid_travel Terhadap Sikap Berkunjung Wisatawan Nusantara. Dengan hasil tersebut diharapkan Instagram @pesonaid_travel terus meningkatkan produktivitas unggahan, memuat pesan persuasif yang menarik dan informatif sehingga dapat menciptakan sikap yang baik pada pengikutnya serta meningkatkan kunjungan ke destinasi.

Kata Kunci : Instagram, Pesan Persuasif, Sikap, Wisatawan

***The Influence of Persuasive Messages in Instagram @pesonaid_travel On
Attitudes Visiting Domestic Tourists***

UPN Veteran Jakarta

Irfan Al Hamdi

Abstract

Technological developments have made communication easier and more diverse due to the presence of social media, one of which is Instagram. It is not only a means of communication, but also a means of promotion, including in the tourism sector. One of them is Pesona Indonesia with the username @pesonaid_travel, sharing persuasive messages to influence followers to visit the tourist destinations that are displayed. The purpose of this study was to determine the effect of persuasive messages on Instagram @pesonaid_travel on the visiting attitude of domestic tourists. The theory used in this research is Elaboration Likelihood Theory. The approach used is explanative quantitative using a survey method. The population chosen was followers of the Instagram account @pesonaid_travel with a sample size of 100 respondents, using a random sampling technique. To determine the influence of researchers using the correlation test, test the coefficient of determination, and regression test. The results of this study indicate that the results of the research hypothesis prove that H_a is accepted and H_o is rejected, there is an influence between Persuasive Messages in Instagram @pesonaid_travel on the Attitudes of Indonesian Tourists Visiting. With these results, it is hoped that Instagram @pesonaid_travel will continue to increase upload productivity, contain interesting and informative persuasive messages so that it can create a good attitude towards its followers and increase visits to destinations.

Keywords: Attitude, Instagram, Persuasive Message, Tourist

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
Abstrak	vii
<i>Abstract</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	9
BAB 2	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Konsep – Konsep Penelitian.....	21
2.2.1 Media Sosial Sebagai Media Baru.....	21
2.2.2 Instagram Sebagai Sarana Promosi Wisata	24
2.2.3 Pesan Persuasif Dalam Instagram @pesonaid_travel.....	25
2.3 Teori Penelitian	26
2.3.1 Pesan Persuasif	31
2.3.2 Sikap	34
2.4 Kerangka Berpikir	38
2.4.1 Variabel Bebas	39
2.4.2 Variabel Terikat	39

2.5 Hipotesis	39
BAB 3	40
METODE PENELITIAN	40
3.1 Metode Penelitian	40
3.1.1 Pendekatan Penelitian	40
3.1.2 Jenis Penelitian	40
3.1.3 Metode Penelitian	41
3.2 Populasi dan Sampel	41
3.3.1 Populasi.....	41
3.3.2 Sampel	42
3.3 Metode Pengumpulan Data	43
3.3.1 Data Primer	43
3.3.2 Data Sekunder.....	44
3.3.3 Operasionalisasi Variabel	44
3.3.4 Uji Validitas	47
3.3.5 Uji Reliabilitas	50
3.4 Metode Analisis Data	52
3.4.1 Uji Korelasi.....	52
3.4.2 Uji Koefisien Determinasi	53
3.4.3 Uji Regresi	53
3.4.4 Uji Hipotesis	54
3.5 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	54
BAB 4	55
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	55
4.1.1 Logo.....	55
4.1.2 Sejarah	55
4.2 Hasil Penelitian.....	56
4.2.1 Karakteristik Responden.....	57
4.2.2 Analisis Pernyataan Variabel X : Pesan Persuasif Dalam Instagram @pesonaid_travel.....	59
4.2.3 Analisis Pernyataan Variabel Y : Sikap Berkunjung Wisatawan Nusantara.....	69

4.2.4 Analisis Hasil Uji Korelasi	82
4.2.5 Analisis Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	83
4.2.6 Analisis Hasil Uji Regresi.....	84
4.2.7 Analisis Hasil Uji Hipotesis.....	85
4.3 Pembahasan	86
BAB 5	93
KESIMPULAN DAN SARAN.....	93
5.1 Kesimpulan.....	93
5.2 Saran	94
DAFTAR PUSTAKA	95

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3. 1 Skala Likert	44
Tabel 3. 2 Operasional Variabel.....	47
Tabel 3. 3 Uji Validitas Variabel X	49
Tabel 3. 4 Uji Validitas Variabel Y	50
Tabel 3. 5 Tingkat Reliabel Berdasarkan Nilai Alpha Cronbach's	51
Tabel 3. 6 Waktu Penelitian	54
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin.....	57
Tabel 4. 2 Usia	58
Tabel 4. 3 Pendidikan terakhir atau saat ini	58
Tabel 4. 4 Pekerjaan.....	59
Tabel 4. 5 Pernyataan X1	60
Tabel 4. 6 Pernyataan X2.....	60
Tabel 4. 7 Pernyataan X3	61
Tabel 4. 8 Pernyataan X4	62
Tabel 4. 9 Pernyataan X5	62
Tabel 4. 10 Pernyataan X6	63
Tabel 4. 11 Pernyataan X7	64
Tabel 4. 12 Pernyataan X8	64
Tabel 4. 13 Pernyataan X9	65
Tabel 4. 14 Pernyataan X10	66
Tabel 4. 15 Pernyataan X11	66
Tabel 4. 16 Pernyataan X12	67
Tabel 4. 17 Pernyataan X13	68
Tabel 4. 18 Pernyataan X14	68
Tabel 4. 19 Pernyataan Y1	69
Tabel 4. 20 Pernyataan Y2	70
Tabel 4. 21 Pernyataan Y3	71
Tabel 4. 22 Pernyataan Y4	72
Tabel 4. 23 Pernyataan Y5	72
Tabel 4. 24 Pernyataan Y6	73
Tabel 4. 25 Pernyataan Y7	74
Tabel 4. 26 Pernyataan Y8	74
Tabel 4. 27 Pernyataan Y9	75
Tabel 4. 28 Pernyataan Y10	76
Tabel 4. 29 Pernyataan Y11	76
Tabel 4. 30 Pernyataan Y12	77
Tabel 4. 31 Pernyataan Y13	78

Tabel 4. 32 Pernyataan Y14	79
Tabel 4. 33 Pernyataan Y15	79
Tabel 4. 34 Pernyataan Y16	80
Tabel 4. 35 Pernyataan Y17	81
Tabel 4. 36 Pernyataan Y18	82
Tabel 4. 37 Nilai Koefisien (Korelasi R)	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengguna Internet dan Media Sosial di Indonesia.....	2
Gambar 1. 2 Motivasi Utama Orang Indonesia Dalam Bermedsos	3
Gambar 1. 3 Topik Tertinggi di Instagram	5
Gambar 1. 4 Tampilan Profil Akun Instagram @pesonaid_travel.....	7
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	38
Gambar 3. 1 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X	51
Gambar 3. 2 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	51
Gambar 4. 1 Logo Pesona Indonesia.....	55
Gambar 4. 2 Hasil Uji Korelasi.....	83
Gambar 4. 3 Hasil Uji Koefisien Determinasi	84
Gambar 4. 4 Hasil Uji Regresi	84
Gambar 4. 5 Hasil Uji Hipotesis	85

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A1. Kuesioner.....	99
Lampiran A2. Kuesioner <i>Google Form</i>	104
Lampiran B. Tabel Induk Data Penelitian.....	112
Lampiran C1. Uji Validitas Variabel X (Pesan Persuasif).....	116
Lampiran C2. Uji Validitas Variabel Y (Sikap Berkunjung).....	117
Lampiran D. Hasil Turnitin.....	118
Lampiran E. Riwayat Hidup	120