



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENGARUH CITRA DESTINASI “PESONA TAMBORA”
TERHADAP MINAT WISATAWAN NUSANTARA**

(Survei Mahasiswa Universitas Mercu Buana)

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Komunikasi Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

oleh:

UNIVERSITAS
Badar Muhammad
44318110012
MERCU BUANA

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2020**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **PENGARUH CITRA DESTINASI “PESONA TAMBORA” TERHADAP MINAT WISATAWAN NUSANTARA** (Survei Mahasiswa Universitas Mercu Buana)

Nama : Badar Muhammad

NIM : 44318110012

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 4 September 2020

Pembimbing

Ketua Bidang Studi
Advertising & Marketing Communication



(Andri Budiwidodo, M.Si)



(Yuni Tresnawati, M.Ikom)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Ponco Budi Sulisty, Ph.D)



(Dr. Farid Hamid, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **PENGARUH CITRA DESTINASI “PESONA TAMBORA”
TERHADAP MINAT WISATAWAN NUSANTARA** (Survei
Mahasiswa Universitas Mercu Buana)

Nama : Badar Muhammad

NIM : 44318110012

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 4 September 2020

Ketua Sidang

Dr. A. Rahman, M.Si

()

Penguji Ahli

Kurniawan Prasetyo, M.Ikom

()

Pembimbing

Andri Budiwidodo, M.Si

()



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **PENGARUH CITRA DESTINASI “PESONA TAMBORA” TERHADAP MINAT WISATAWAN NUSANTARA** (Survei Mahasiswa Universitas Mercu Buana)

Nama : Badar Muhammad

NIM : 44318110012

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 4 September 2020

Mengetahui,

Dosen Pembimbing

(Andri Budiwidodo, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

Bidang Studi Digital Advertising & Marketing Communication

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Badar Muhammad

Nim : 44318110012

Jurusan : Digital Advertising & Marketing Communication

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : PENGARUH CITRA DESTINASI “PESONA TAMBORA”
TERHADAP MINAT WISATAWAN NUSANTARA
(Survei Mahasiswa Universitas Mercu Buana)

Dengan ini adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau peneliti yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya.

Bila terbukti saya melakukan tindakan *plagiarism*, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 4 September 2020



Badar Muhammad

ABSTRAK



PENGARUH CITRA DESTINASI “PESONA TAMBORA” TERHADAP MINAT WISATAWAN NUSANTARA (Survei Mahasiswa Universitas Mercu Buana)

Pariwisata memiliki peranan yang sangat besar sebagai salah satu sumber penerimaan devisa alternatif dalam pembangunan nasional di Negara Indonesia, yang memiliki kekayaan alam, budaya dan adat istiadat yang berbeda yang merupakan modal utama dalam dunia destinasi wisata. Industri pariwisata merupakan salah satu sektor andalan pemerintah untuk menjadi tenaga penggerak perekonomian daerahnya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah citra destinasi berpengaruh terhadap minat wisatawan nusantara. Setelah melakukan tinjauan pustaka dan penyusunan hipotesis, penelitian ini melakukan penyebaran terhadap 100 wisatawan nusantara dalam hal ini Mahasiswa Kelas Karyawan Jurusan Periklanan dan Komunikasi Pemasaran Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Pada konsep citra destinasi terdapat dimensi Strength, Uniqueness & Favorability dengan Indikator: Pengetahuan Konsumen dan Ketertarikan Konsumen di setiap dimensi. Konsep minat wisatawan ada 3 dimensi, yaitu Attention, Interest & Desire.

Tipe penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif eksplanatif. Pengumpulan data diperoleh dengan menggunakan metode survei dengan teknik penarikan sampel yang digunakan adalah *Accidental Sampling*.

Analisis data menggunakan Regresi Linear Sederhana dengan program SPSS 25. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa Citra Destinasi “Pesona Tambora” memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Wisatawan Nusantara dengan persentase sebesar 46% dan 54% dipengaruhi oleh faktor lain di luar citra destinasi.

Kata Kunci: Citra Destinasi, Minat Wisatawan, dan Pesona Tambora

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Segala puji dan syukur hanya bagi Allah SWT, tuhan semesta alam yang maha pengasih lagi maha penyayang, shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW beserta keluarganya, para sahabat dan kaum muslimin dan muslimat semuanya. Alhamdulillahirabbil'alamin. Setelah melalui berbagai rintangan dan proses yang cukup panjang, akhirnya skripsi ini selesai dikerjakan. Segala rasa syukur yang dalam saya panjatkan kepada sang Illahi yang telah memberikan kemudahan dikala saya mengerjakan tugas akhir sebagai syarat untuk mendapatkan gelar kesarjanaan saya. Adapun tema penulisan skripsi ini adalah "Pengaruh Citra Destinasi 'Pesona Tambora' terhadap Minat Wisatawan Nusantara (Survei Mahasiswa Universitas Mercu Buana)". Saya menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan baik dari segi materil maupun formil. Hal itu tidak lepas karena keterbatasan, kelemahan, serta kekurangan saya. Namun pada akhirnya saya berharap agar skripsi ini dapat berguna, bermanfaat dan menjadi sumbangan yang berarti dalam pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang Ilmu Komunikasi khususnya Advertising & Marketing Communication. Dalam kesempatan ini, peneliti ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu, membimbing, dan memberikan motivasi besar kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik. Ucapan terima kasih ini khususnya akan peneliti sampaikan:

1. Bapak Andri Budiwidodo, S.Si. M.IKom sebagai dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan skripsi ini dari awal hingga skripsi ini dapat diselesaikan.
2. Ibu Yuni Tresnawati, M.IKom Selaku Ketua Bidang Studi Advertising & Marketing Communication Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dewi Sad Tanti, S.Sos M.Si, Selaku Sekretaris Bidang Studi Advertising & Marketing Communication Universitas Mercu Buana dan dosen Riset Komunikasi.

4. Bapak Farid Hamid Umarela, Dr. M.Si Selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing peneliti selama melaksanakan perkuliahan.
5. Kepada kedua orang tua saya, Ibu Hidayanti dan Bapak Lubis, karena perjuangan, kerja keras dan doanya peneliti dapat menempuh pendidikan yang tinggi hingga mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi.
6. Kepada kakak dan adik saya Muhammad Aan Al-Fiqri, Lailatul Qadr, Ruhul Muhammad yang telah memberikan perhatian dan semangat kepada peneliti untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Kepada seluruh dosen-dosen program Studi Advertising & Marketing Communication yang telah memberikan ilmu sejak peneliti awal masuk kuliah.
8. Kepada teman teman perkuliahan yang selalu membantu saya dan memberikan support dan nasihat serta sahabat sekaligus teman-teman seperjuangan Ryan Ichwan F, Muhammad Rizki, Widhi Hananto, Dwi Yulianti, Onti Tasya dan semua teman-teman marcomm lainnya.

Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan sehingga peneliti sangat membutuhkan saran serta kritik, karena sesungguhnya kesempurnaan itu hanyalah milik Tuhan Yang Maha Esa, dan segala kerendahan hati peneliti berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat sebagai bahan masukan baik bagi akademisi, praktisi, maupun masyarakat umum.

Jakarta, 27 Agustus 2020

Badar Muhammad

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
1. BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
a. Manfaat Akademis	8
b. Manfaat Praktis	9
2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Kajian Teoritis.....	14
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	15
2.2.2 Pariwisata	16
2.2.3 Citra Destinasi	17
2.2.4 <i>Brand</i>	19
2.2.5 Wisatawan	22
2.2.6 Minat Wisatawan.....	23
2.2.7 Faktor-faktor yang memperengaruhi minat berkunjung	24
2.3 Hipotesis Teori	24
3. BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	26
1.1 Paradigma Penelitian	26
1.2 Metode Penelitian.....	26

1.3	Populasi dan Sampel.....	29
1.3.1	Populasi	29
1.3.2	Sampel	30
1.3.3	Teknik Penarikan Sampel.....	31
1.4	Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep.....	32
1.4.1	Definisi Konsep	32
1.4.2	Operasionalisasi Konsep.....	33
1.5	Teknik pengumpulan data.....	33
1.6	Teknik Analisa Data	37
1.6.1	Uji Asumsi Klasik	39
1.6.2	Analisis Regresi Linear Sederhana.....	40
1.6.3	Uji t.....	41
1.6.4	Uji Ketepatan Model.....	42
4.	BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	43
4.2	Hasil Penelitian	50
4.2.1	Karakteristik Responden.....	50
4.2.2	Deskripsi Data	52
4.2.3	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	55
4.2.4	Uji Asumsi Klasik	57
4.2.5	Uji Regresi Linear Sederhana.....	60
4.2.6	Uji Hipotesis	62
4.2.7	Uji Ketepatan Model.....	65
4.3	Pembahasan	65
5.	BAB V SIMPULAN DAN SARAN	71
5.1	Simpulan	71
5.2	Saran	71
5.2.1	Saran Akademis	71
5.2.2	Saran Praktis	72
	DAFTAR PUSTAKA.....	73
	LAMPIRAN	76
	CURICULUM VITAE	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Perolehan Devisa Indonesia	1
Gambar 1.2 Peta lokasi gunung tambora.....	3
Gambar 2.1 Aspek-aspek kekuatan Brand Destinasi.....	20
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	25
Gambar 4.1 Panorama Gunung Tambora	43
Gambar 4.2 Pantai Lakey Dompu	45
Gambar 4.3 Pulau Satonda Kabupaten Dompu	47
Gambar 4.4 Tari Wura Bongi Monca.....	48
Gambar 4.5 Poster Festival Pesona Tambora 2019.....	49



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep.....	33
Tabel 3.2 Skala Likert.....	35
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia	51
Tabel 4.3 Karakteristik berdasarkan Pekerjaan	51
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Tahun Angkatan Masuk Universitas Mercu Buana.....	52
Tabel 4.5 Klasifikasi Frekuensi	53
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Citra Destinasi.....	53
Tabel 4.7 Klasifikasi Minat Destinasi.....	54
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Minat Wisatawan.....	54
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	56
Tabel 4.10 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	58
Tabel 4.11 Test of Homogeneity of Variances	59
Tabel 4.12 Uji Linearitas (ANOVA Table).....	60
Tabel 4.13 Koefisien.....	61
Tabel 4.14 Uji Nilai Signifikan.....	61
Tabel 4.15 Koefisien Regresi Sederhana.....	62
Tabel 4.16 Hasil Uji t.....	63
Tabel 4.17 Uji Koefisien Determinasi	65

