



**PENGARUH PENGGUNAAN ISI AKUN INSTAGRAM @EXPLOREINDONESIA
TERHADAP PENENTUAN MINAT DESTINASI WISATAWAN**

(Survey Pada *Followers* @exploreindonesia)

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)

Komunikasi Bidang Studi Public Relations



Disusun Oleh:

Yoga Anugrah Perdana

44216010006

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2021**



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Judul : **Pengaruh Penggunaan Isi Akun Instagram @exploreindonesia
Terhadap Penentuan Minat Destinasi Wisatawan**

Nama : Yoga Anugrah Perdana

NIM : 44216010006

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 6 Mei 2021

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Mengetahui,

Pembimbing I

(Radityo Muhammad, SH. MA)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR LULUS SIDANG TUGAS AKHIR


Nama : Yoga Anugrah Perdana
NIM : 44216010006
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul : **Pengaruh Penggunaan Isi Akun Instagram @exploreindonesia
Terhadap Penentuan Minat Destinasi Wisatawan**

Jakarta, 5 Mei 2021


Ketua Sidang.
(Anindita, M.Ikom)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA 
(.....)

Penguji Ahli
(Dr. Juwono Tri Atmojo. M.Si)


(.....)

Pembimbing
(Radityo Muhammad, SH. MA)


(.....)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

**Judul : Pengaruh Penggunaan Isi Akun Instagram @exploreindonesia
Terhadap Penentuan Minat Destinasi Wisatawan**

Nama : Yoga Anugrah Perdana

NIM : 44216010006

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 7 Mei 2021

Disetujui dan diterima oleh:

Pembimbing I

(Radityo Muhammad, SH. MA)

Ketua Bidang Studi Public Relations

(Suryaning Hayati. MM, M.Ikom)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yoga Anugrah Perdana
NIM : 44216010006
Konsentrasi : Public Relations

Dengan ini menyatakan bahwa hasil Tugas Akhir yang telah saya buat dengan judul **Pengaruh Penggunaan Isi Akun Instagram @exploreindonesia Terhadap Penentuan Minat Destinasi Wisatawan** merupakan hasil karya sendiri yang benar akan keasliannya dan merupakan hasil dari studi pustaka yang didampingi oleh dosen pembimbing yang telah ditetapkan keputusannya oleh pihak Universitas Mercu Buana. Tugas akhir tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari karya yang sudah ada, baik dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya. Demikian pernyataan yang saya buat ini dalam keadaan sadar.

Jakarta, 6 Mei 2021



(Yoga Anugrah Perdana)

Pembimbing I

(Radityo Muhammad, SH. MA)

Ketua Bidang Studi

(Suryaning Hayati. MM, M.Ikom)



Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Public Relations

Yoga Anugrah Perdana

44216010006

Pengaruh Penggunaan Isi Akun Instagram @exploreindonesia Terhadap Penentuan Minat

Destinasi Wisatawan

Bibliografi: 5 Bab 163 halaman + 3 Lampiran + 20 Buku + 3 Jurnal

ABSTRAK

Akun Instagram @exploreindonesia merupakan salah satu akun bertemakan *travelling* yang bertujuan untuk mengenalkan tempat-tempat wisata yang ada di Indonesia sebagai referensi tujuan *travelling*. Penelitian ini dilakukan untuk mengukur seberapa besar pengaruh akun Instagram @exploreindonesia terhadap penentuan minat destinasi wisatawan.

Dalam penelitian ini peneliti juga menggunakan teori *uses and gratifications*, dimana khalayak pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif sebagai variabel independen yang mempengaruhi penggunaan media. Pendekatan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Dengan tipe penelitian deskriptif. Metode yang digunakan adalah metode survey. Dengan data yang diperoleh melalui kuesioner kepada 100 pengikut/*followers* akun instagram @exploreindonesia.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik simple random sampling dimana semua populasi memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sample. Dengan menggunakan rumus Taro Yamane

Hasil Penelitian menunjukkan dimana Fhitung yaitu 11,084. Maka dari hasil perhitungan tersebut hasil Ftabel yang dihasilkan sebesar 3.94. Dari perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa Fhitung > Ftabel dengan nilai Fhitung 11,084 > Ftabel 3.94. Artinya H_0 ditolak dan H_a diterima, bahwa adanya pengaruh penggunaan isi akun instagram @exploreindonesia terhadap penentuan minat destinasi wisatawan.

Kata Kunci: Media sosial, Instagram, @exploreindonesia, *Uses and Gratifications*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada ALLAH SWT atas segala berkat, rahmat dan karunianya dari awal hingga akhir pembuatan proposal skripsi ini

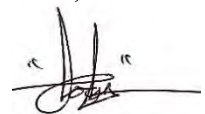
Skripsi dengan judul “pengaruh penggunaan isi akun instagram @exploreindonesia terhadap penentuan minat destinasi wisatawan” Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Jurusan *Public Relations* pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada pihak-pihak yang telah mendukung, khususnya kepada:

1. Bapak Radityo Muhammad, SH, MA sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan saya bimbingan, arahan, dan masukan yang bermanfaat untuk skripsi ini.
2. Ibu Dr. Elly Yulawati, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
3. Bapak Dr. Farid Hamid Umarella, S.Sos, M.Si sebagai ketua program studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Suryaning Hayati, M.M. M.Ikom. selaku ketua bidang studi Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
5. Jajaran TU Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
6. Kedua Orang tua Bapak Ayi Supianudin S,Pd dan Ibu Lia Rosliani S.Pd yang telah memberikan semangat, doa, motivasi yang luar biasa serta bantuan moril dan material yang tak terhingga.
7. Teman – teman Public Relations 2016 yang sama-sama sedang berjuang mendapatkan gelar Sarjana.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini belum sempurna. Namun penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membacanya.

Jakarta, 7 Mei 2021



Yoga Anugrah Perdana

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR	i
LEMBAR LULUS SIDANG TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang Masalah.....	1
1.2	Perumusan Masalah.....	9
1.3	Identifikasi Masalah.....	10
1.4	Tujuan Penelitian.....	10
1.5	Manfaat Penelitian.....	11
	1.5.1 Manfaat Akademik.....	11
	1.5.2 Manfaat Praktis.....	11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1	Penelitian Terdahulu.....	12
2.2	Komunikasi Massa.....	15
	2.2.1 Definisi Komunikasi Massa.....	15
	2.2.2 Fungsi Komunikasi Massa.....	24
	2.2.3 Media Massa.....	26
	2.2.4 Efek Media Massa.....	30
2.3	Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi dan Informasi....	30

2.4	Public Relations.....	32
2.4.1	Pengertian <i>Public Relations</i>	32
2.4.2	Fungsi <i>Public Relations</i>	36
2.4.3	Peran <i>Public Relations</i>	37
2.4.4	Marketing <i>Public Relations</i>	39
2.5	Internet Sebagai <i>New Media</i>	39
2.5.1	Karakteristik <i>New Media</i>	40
2.5.2	Efek <i>New Media</i>	42
2.6	Media Sosial.....	43
2.6.1	Pengertian Media Sosial.....	43
2.6.2	Dampak Media Sosial.....	45
2.7	Instagram.....	45
2.7.1	Sejarah Instagram.....	48
2.7.2	Pengaruh.....	50
2.7.3	Minat.....	52
2.7.4	Pengertian Destinasi Wisatawan.....	54
2.7.5	Akun @exploreindonesia.....	56
2.8	Konsep Teoritis.....	57
2.8.1	<i>Uses and Gratification Theory</i>	57
2.9	Kerangka Berfikir.....	61
2.10	Hipotesis Penelitian.....	63

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Paradigma Penelitian.....	65
3.2	Metode Penelitian.....	66
3.3	Populasi dan Sampel.....	66
3.3.1.	Populasi.....	66
3.3.2.	Sampel.....	67
3.4	Definisi dan Operasionalisasi Konsep.....	68
3.4.1.	Definisi Konsep.....	68
3.4.2.	Operasionalisasi Konsep.....	70

3.5	Validitas dan Realibilitas.....	72
3.5.1	Validitas.....	72
3.5.2	Realibilitas.....	73
3.5.3	Hasil Uji Validitas.....	73
3.5.4	Hasil Uji Realibilitas.....	76
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	78
3.7	Teknik Analisis Data.....	80
BAB VI	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1	Gambaran Umum dan Objek Penelitian.....	81
4.1.1	Instagram.....	81
4.1.2	Akun @exploreindonesia.....	83
4.2	Hasil Penelitian.....	84
4.2.1	Data Responden.....	84
4.2.2	Analisa Kuesioner.....	91
4.3	Analisa Data.....	123
4.3.1	Analisa Regresi Linier.....	123
4.4	Pembahasan.....	130
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1	Kesimpulan.....	135
5.2	Saran.....	137
5.2.1	Saran Praktis.....	137
5.2.2	Saran Akademis.....	138
	DAFTAR PUSTAKA.....	139
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perbandingan Akun.....	8
Tabel 2.1	Sifat Unsur Komunikasi Massa.....	18
Tabel 3.1	Operasionalisasi Konsep.....	71
Tabel 3.2	Case Processing Summary @exploreindonesia.....	74
Tabel 3.3	Item Total Statistic Akun Instagram @exploreindonesia.....	74
Tabel 3.4	Case Processing Summary Followers Akun @exploreindonesia.....	75
Tabel 3.5	Item Total Statistic Minat Destinasi Wisatawan.....	75
Tabel 3.6	Reliability Statistics.....	77
Tabel 3.7	Reliability Statistics.....	78
Tabel 3.8	Uji Skala <i>Likert</i>	80
Tabel 4.1	Karakteristik Jenis Kelamin Responden.....	85
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	86
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	87
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	88
Tabel 4.5	Pengguna Aktif <i>Social Media</i> Instagram.....	89
Tabel 4.6	Informasi Yang Diterima Akun Instagram @exploreindonesia.....	90
Tabel 4.7	Indikator <i>Followers</i> X.1.....	92
Tabel 4.8	Indikator Foto/gambar X.2.....	94
Tabel 4.9	Indikator Foto/gambar X.3.....	96
Tabel 4.10	Indikator Foto/gambar X.4.....	98
Tabel 4.11	Indikator Foto/gambar X.5.....	100
Tabel 4.12	Indikator <i>Caption</i> X.6.....	102
Tabel 4.13	Indikator <i>Caption</i> X.7.....	104
Tabel 4.14	Indikator <i>Caption</i> X.8.....	106
Tabel 4.15	Indikator <i>Love/like</i> X.9.....	108
Tabel 4.16	Indikator Komentar X.10.....	109
Tabel 4.17	Indikator Komentar X.11.....	111
Tabel 4.18	Indikator Perhatian Y.1.....	113

Tabel 4.19	Indikator Perhatian Y.2.....	114
Tabel 4.20	Indikator Perhatian Y.3.....	116
Tabel 4.21	Indikator Perasaan Y.4.....	117
Tabel 4.22	Indikator Perasaan Y.5.....	119
Tabel 4.23	Indikator Kesiapan Bertindak Y.6.....	120
Tabel 4.24	Indikator Kecenderungan Untuk Bertindak Y.7.....	122
Tabel 4.25	Hasil Regresi Linier.....	125
Tabel 4.26	Tabel Uji F.....	127
Tabel 4.27	Koefisien Determinasi.....	129



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Respon Terhadap Akun @exploreindonesia.....	7
Gambar 2.1	Paradigma Lama dan Baru Pada Komunikasi Massa.....	28
Gambar 2.2	Kevin Systrom Mike Krieger Pencipta Instagram.....	49
Gambar 4.1	Logo Instagram.....	81
Gambar 4.2	Logo Akun @exploreindonesia.....	83
Gambar 4.3	<i>Followers</i> Akun @exploreindonesia X.1.....	91
Gambar 4.4	Foto Akun Instagram @exploreindonesia X.2.....	93
Gambar 4.5	Foto Akun Instagram @exploreindonesia X.3.....	95
Gambar 4.6	Foto Akun Instagram @exploreindonesia X.4.....	97
Gambar 4.7	Foto Akun Instagram @exploreindonesia X.5.....	99
Gambar 4.8	<i>Caption</i> Akun @exploreindonesia X.6.....	101
Gambar 4.9	<i>Caption</i> Akun @exploreindonesia X.7.....	103
Gambar 4.10	<i>Caption</i> Akun @exploreindonesia X.8.....	105
Gambar 4.11	<i>Caption</i> Akun @exploreindonesia X.9.....	107
Gambar 4.12	Komentar Akun @exploreindonesia X.10.....	109
Gambar 4.13	Komentar Akun @exploreindonesia X.11.....	111