

**HUBUNGAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@MANGROVEWONOREJO DAN EFEKTIVITAS
PROMOSI PARIWISATA DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan untuk melengkapi tugas akademik
Dan memenuhi syarat mencapai gelar Sarjana Strata -1
Program studi ilmu komunikasi



Oleh :

Rizky Firman Maulana
NPM : 1151600145

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
SURABAYA
2022**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Ruzky Birman Maulana

NPM : IT151600145

Judul : Hubungan Media Sosial Instagram @Mangrovewonorejo dan Efektivitas Media Promosi Pariwisata Di Surabaya.

Mengetahui:


Surabaya, 7 Juli 2022


Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Disetujui oleh
Dosen pembimbing

Universitas 17 Agustus 1945

Surabaya


Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P


Dra. Noorshanti Sumarah, M.Ikom.

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar sarjana pada tanggal:

Dewan Penguji

1. Dra. Noorshanti Sumarah, M.Ikom.

Ketua

2. Drs. Juthi Hari Wibowo, M.Si

Anggota

3. Dr. Teguh Priyo Sadono, M.Si.

Anggota

Mengesahkan

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

Dekan

Dr. Dra. Ayun Maduwintarti, M.P

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Rizky Firman Maulana

NPM : 1151600145

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Hubungan Media Sosial Instagram @Mangrovewonorejo
dan Efektivitas Media Promosi Pariwisata Di Surabaya.

Menyatakan :

1. Bahwa skripsi yang saya buat adalah benar – benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil , mengutip, atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh – sungguh
dan atas kesadaran yang sesadar – sadarnya.

Surabaya, 7 Juli 2022

Yang membuat pernyataan



Rizky Firman Maulana



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
JL. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TLP. 031 593 1800 (EX 311)
EMAIL: PERPUS@UNTAG-SBY.AC.ID.

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rizky Firman Maulana
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya meyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul:

“Hubungan Media Sosial Instagram @Mangrovewonorejo dan Efektivitas Media Promosi Pariwisata Di Surabaya.”

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : 7 Juli 2022

Yang Menyatakan



(Rizky Firman Maulana)

v

Scanned by TapScanner

v

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi membuat sektor pariwisata menggunakan media baru, salah satunya media sosial instagram sebagai sarana promosi wisata. Dengan semakin adanya kemajuan pariwisata sangat diperlukannya upaya yang baik untuk melakukan sebuah promosi. Instagram @mangrovewonorejo diharapkan menjadi media promosi yang bermanfaat serta dengan adanya media ini diharapkan berbagai destinasi wisata yang dipromosikan menjadi destinasi yang ramai dikunjungi wisatawan. Penelitian ini dibuat dengan judul “Hubungan Media Sosial Instagram @Mangrovewonorejo dan Efektivitas Media Promosi Pariwisata Di Surabaya”. Memiliki rumusan masalah bagaimana Hubungan Media Sosial Instagram @Mangrovewonorejo dan Efektivitas Media Promosi Pariwisata Di Surabaya?. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Adapun sumber data didapatkan melalui kuesioner. Serta menggunakan teknik analisis deskriptif. Hasil uji regresi linear sederhana menunjukkan terdapat pengaruh antar variable x dengan y. berdasarkan perhitungan hipotesis diperoleh thitung lebih besar dari ttabel. Maka jumlah thitung lebih besar dari ttabel. Dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan Ha diterima yang artinya terdapat hubungan media sosial instagram @mangrovewonorejo dan efektivitas media promosi pariwisata di surabaya.

Kata Kunci : Efektivitas, promosi pariwisata, instagram @mangrovewonorejo.

ABSTRACT

The development of information and communication technology makes the tourism sector use new media, one of which is Instagram social media as a means of tourism promotion. With the increasing progress of tourism, it is very necessary to make good efforts to carry out a promotion. Instagram @mangrovewonorejo which are expected to be useful promotional media and with this media, it is hoped that various tourist destinations will attract tourists. promoted to become a popular destination for tourists. This research was made with the title " Correlation Instagram @Mangrovewonorejo And The Effectivenees Of Tourism Promotion In Surabaya". Have a problem formulation how Correlation Instagram @Mangrovewonorejo And The Effectivenees Of Tourism Promotion In Surabaya?. This research uses quantitative methods. The sources of data obtained through questionnaires. And using descriptive analysis techniques. The results of the simple linear regression test show that there is an influence between the x and y variables. based on the calculation of the hypothesis obtained tcount greater than ttable. Then the number of tcount is greater than ttable. It can be concluded that H0 is rejected and Ha is accepted, which means have an Instagram @Mangrovewonorejo correlation and The Effectivenees Of Tourism Promotion In Surabaya.

Keywords: Effectiveness, tourism promotion, Instagram @mangrovewonorejo.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga senantiasa dilimpahkan untuk Nabi Muhammad SAW, serta para pengikut dan para sahabatnya, keluarga, serta umatnya hingga akhir zaman.

Adapun tujuan penyusunan penelitian ini untuk memenuhi salah satu syarat guna menempuh ujian gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Judul yang penulis ajukan adalah **HUBUNGAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @MANGROVEWONOREJO DAN EFEKTIVITAS MEDIA PROMOSI PARIWISATA DI SURABAYA**, Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana efektivitas akun instagram terhadap promosi wisata di Surabaya.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada Allah SWT yang telah memberikan karunia dan hidayah dan juga kepada orang-orang yang saya hormati dan saya cintai yang telah membantu serta mendukung saya dalam pengerjaan penelitian ini. Dalam kesempatan baik ini saya mengucapkan terimakasih kepada :

1. REKTOR UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA.
2. Ibu Dra. Ayun Maduwinarti, M.P Selaku DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
3. Ibu Dra. Noorshanti Sumarah, M.Ikom, Selaku dosen pembimbing utama yang telah meluangkan waktu untuk membimbing,memberikan masukan, dan motivasi kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.
4. Bapak Muchamad Rizqi, S.I.Kom.,M.Med.Kom Selaku dosen pembimbing pendamping yang telah meluangkan waktu untuk membimbing,memberikan masukan, dan motivasi kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.
5. Seluruh dosen prodi Ilmu Komunikasi UNTAG Surabaya yang telah memberikan ilmu, nasihat serta bimbingan selama penulis kuliah di UNTAG

6. Kedua orang tua saya Bapak Kamtari dan Ibu Suparin yang senantiasa mendoakan, memberikan dukungan, perhatian, baik secara moral ataupun finansial.
7. Yuli Lestari yang selalu memberikan support serta motivasi selama penulis menyusun skripsi ini.
8. Admin akun instagram @mangrovewonorejo yang telah membantu menyebarkan kuesioner
9. Pihak Mangrove Wonorejo yang telah memberikan ijin bagi penulis untuk melakukan penelitian.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan penelitian ini tidak sempurna dan memiliki banyak kekurangan, maka penulis siap menerima kritik dan saran yang bermanfaat. Namun penulis berhadap dengan adanya penyusunan penelitian ini dapat diterima dengan baik untuk waktu jangka panjang. Penulis juga berharap penyusunan penelitian ini dapat memberikan manfaat dan inspirasi khususnya bagi seluruh pihak yang membaca. Wassalamualaikum. Wr. Wb.

Surabaya, 7 Juli 2022

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	
Halaman Judul	
Halaman Pengesahan Skripsi.....	i
Halaman pernyataan Orisinalitas.....	iii
Halaman pernyataan Publikasi.....	v
Abstrak	vi
Kata Pengantar.....	viii
Daftar Isi	x
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Gambar	xiv
Daftar Lampiran	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Sistematika Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	7
2.2 <i>Critical Review</i>	13
2.3 Komunikasi Pemasaran	15
2.4 Efektivitas	18
2.5 New Media.....	18
2.6 Media Sosial	19
2.7 Instagram	21
2.8 Model AIDA.....	24
2.9 Media Promosi.....	26
2.10 Kerangka Dasar Pemikiran.....	28
2.11 Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Rancangan Penelitian.....	31
3.2 Populasi dan Sampel.....	31
3.3 Pengukuran dan Instrumen Penelitian.....	32

3.4 Teknik Pengumpulan data.....	37
3.5 Validitas danReliabilitas	37
a. Uji Validitas	37
b. Uji Reliabilitas	38
3.6 Teknik Analisis Data.....	38
a. Uji Normalitas	38
b. Uji Linearitas	38
c. Analisis Deskriptif	38
d. Analisis Korelasi (Pearson).....	39
e. Analisis Regresi Linear	39
f. Uji Hipotesis	40
BAB IV PENYAJIAN, ANALISA, DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Obyek Penelitian	41
4.2 Penyajian Data	41
a. Uji Validitas	41
b. Uji Reliabilitas	42
4.3 Analisis Data Deskriptif.....	44
4.4 Analisis Data	63
a. Uji Normalitas	65
b. Uji Linearitas	65
c. Analisis Korelasi (Pearson).....	66
d. Analisis Regresi Linear.....	67
4.5 Pembahasan.....	74
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Saran	78
DAFTAR PUSTAKA.....	79
LAMPIRAN... ..	83

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
Tabel 3.1 Definisi Operasional Konten Instagram	33
Tabel 3.2 Definisi Operasional Promosi Wisata	35
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Data Sub Variabel X1 “ <i>Attentions</i> ”	41
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Data Sub Variabel X2 “ <i>Interest</i> ”	42
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Data Sub Variabel X3 “ <i>Desire</i> ”	42
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Data Sub Variabel X4 “ <i>Actions</i> ”	42
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Data Sub Variabel Y1 periklanan	43
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Data Sub Variabel Y2 pemasaran langsung	43
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Data Sub Variabel Y3 Promosi penjualan.....	43
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Data Sub Variabel Y4 penjualan personal	44
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Data Sub Variabel Y5 pemasaran aktif	44
Tabel 4.10 Hasil Uji Realibilitas Data	45
Tabel 4.11 frekuensi sering melihat unggahan @mangrovewonorejo	46
Tabel 4.12 Frekuensi Foto dan video yang diunggah akun instagram @mangrovewonorejo sering muncul di beranda.....	47
Tabel 4.13 Frekuensi Akun instagram @mangrovewonorejo sering mengunggah di instagram story	47
Tabel 4.14 Gambar/foto yang diunggah pada media @mangrovewonorejo Menarik	48
Tabel 4.15 Unggahan akun instagram @mangrovewonorejo memiliki informasi yang lengkap mengenai wisata di Surabaya.....	49
Tabel 4.16 Caption/keterangan/pesan pada gambar yang diunggah pada akun instagram @mangrovewonorejo menarik	50
Tabel 4.17 Caption di unggahan akun instagram @mangrovewonorejo mendapat Respon.....	51
Tabel 4.18 Akun instagram @mangrovewonorejo aktif berkomunikasi dengan <i>Followers</i>	51
Tabel 4.19 Informasi yang disampaikan dalam unggahan memenuhi rasa ingin tahu anda	52
Tabel 4.20 Caption/keterangan/pesan yang tersedia menerangkan tentang informasi wisata dengan jelas	53
Tabel 4.21 Akun instagram @mangrovewonorejo memberikan panduan berwisata yang aman selama masa pandemi covid – 19	54
Tabel 4.22 setelah melihat unggahan @mangrovewonorejo saya tertarik untuk	

8mengunjungi wisata tersebut.....	54
Tabel 4.23 Unggahan akun instagram @mangrovewonorejo membuat anda ingin mengajak teman/kerabat anda untuk mengunjungi tempat wisata tersebut	55
Tabel 4.24 Promosi tempat wisata Mangrove Wonorejo pada akun instagram @mangrovewonorejo menarik.....	56
Tabel 4.25 Pesan yang disampaikan pada akun instagram @mangrovewonorejo saat mempromosikan wisata Mangrove Wonorejo bisa saya pahami	57
Tabel 4.26 Admin akun Instagram @mangrovewonorejo membina hubungan yang baik dengan <i>followers</i>	58
Tabel 4.27 Admin akun Instagram @mangrovewonorejo menjawab setiap pertanyaan dari <i>followers</i>	59
Tabel 4.28 Akun Instagram @mangrovewonorejo memberikan informasi tempat wisata Mangrove Wonorejo yang menawarkan potongan harga tiket masuk yang murah untuk anak-anak	59
Tabel 4.29 Akun Instagram @mangrovewonorejo memberikan informasi tempat wisata Mangrove Wonorejo yang memberikan potongan harga yang menarik untuk rombongan	60
Tabel 4.30 Admin akun Instagram @mangrovewonorejo dapat menjelaskan secara rinci tentang fasilitas tempat wisata Mangrove	61
Tabel 4.31 Jawaban yang disampaikan admin akun Instagram @mangrovewonorejo terhadap pertanyaan di kolom komentar mudah dipahami	62
Tabel 4.32 Media akun Instagram @mangrovewonorejo memberi kesempatan pengguna Instagram memberikan kritik terhadap tempat wisata Mangrove Wonorejo	63
Tabel 4.33 Akun Instagram @mangrovewonorejo memberi kesempatan pengguna Instagram memberikan kritik terhadap tempat wisata Mangrove	64
Tabel 4.34 Hasil Uji Normalitas	65
Tabel 4.35 Hasil Uji Linearitas	66
Tabel 4.36 Corellations	66
Tabel 4.37 Coefficients Signifikasi.....	67
Tabel 4.38 Model Summary	70
Tabel 4.40 Hasil rhitung dan rtabel.....	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Media Sosial Yang Sering Digunakan di Indonesia Tahun 2020	2
Gambar 1.2 Akun Instagram @mangrovewonorejo.....	3
Gambar 1.3 Contoh Postingan Akun Instagram @mangrovewonorejo .	3
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	28
Gambar 4.1 Hasil Normaitas Residual.....	68
Gambar 4.2 Hasil Autokorelasi	68
Gambar 4.3 Hasil Heterokedastisitas.....	69
Gambar 4.4 Pola Heteroskedastisitas.....	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Angket Kuisisioner.....	83
Lampiran 2 Hasil Olah Kuisisioner.....	87
Lampiran 3 Hasil Uji SPSS.....	94
3.1 Hasil Uji Validitas.....	94
3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	99
3.3 Hasil Deskripsi Analisis.....	106
3.4 Hasil Uji Linearitas.....	112
3.5 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	114
3.6 Hasil Uji Hipotesis.....	116
Lampiran 4 Dokumentasi Penyebaran Kuisisioner.....	121
Lampiran 5 Lembar Revisi.....	125