

**PENGARUH VISUAL APPEAL KONTEN INSTAGRAM
@rumahmerahheritagelasem TERHADAP MINAT
BERKUNJUNG GENERASI Z**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Komunikasi



**MOCHAMMAD ALFIM TORRIQUL UMMA
NBI. 1152200451**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2026**

**PENGARUH VISUAL APPEAL KONTEN INSTAGRAM
@rumahmerahheritagelasem TERHADAP MINAT
BERKUNJUNG GENERASI Z**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Komunikasi**



**MOCHAMMAD ALFIM TORRIQUL UMMA
NBI. 1152200451**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2026**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Mochammad Alfim Torriqul Umma
NBI : 1152200451
Judul : Pengaruh Visual Appeal Konten Instagram
@Rumahmerahheritagelasem Terhadap Minat
Berkunjung Generasi Z

Surabaya, 22 Juni 2026

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Univeristas 17 Agustus 1945 Surabaya**

**Disetujui oleh,
Dosen Pembimbing I**



Prof. Dr. V. Rudy Handoko, M.S
NPP. 20110.86.0062



Moh. Dev Prayogo, S.I.Kom., M.I.Kom
NPP. 20150.22.0869

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi Syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 22 Juni 2026

Dewan Penguji:

1. Moh. Dey Prayogo, S.I.Kom., M.I.Kom.
Ketua

()

2. Dinda Lisna Amilia, S.Sos, MA.
Anggota I

()

3. Novan Andrianto, S.I.Kom, M.I.Kom.
Anggota II

()

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

()
Prof. Dr. V. Rudy Handoko, M.S
NPP. 20110.86.0062

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Mochammad Alfim Torriqul Umma
NIM : 1152200451
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Visual Appeal Konten Instagram
@Rumahmerahheritagelasem Terhadap Minat
Berkunjung Generasi Z

Menyatakan bahwa :

1. 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 yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya. Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S1) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan Pasal 70).

Surabaya, 22 Juni 2026
Yang membuat Pernyataan



(Mochammad Alfim Torriqul Umma)



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN

Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA

TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)

e-mail: perpus@untag-sby.ac.id

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

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mochammad Alfim Torriqul Umma
NBI/NPM : 1152200451
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi

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

“Pengaruh Visual Appeal Konten Instagram @Rumahmerahheritagelasem Terhadap Minat Berkunjung Generasi Z”

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (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 : Surabaya

Pada Tanggal : 22 Juni 2026

Yang Menyatakan,



(Mochammad Alfim Torriqul Umma)

HALAMAN PERSEMBAHAN

*Dengan segala kerendahan hati, karya ini saya persembahkan kepada:
Kedua Orang Tua Tercinta Terima kasih atas cinta, dukungan, dan doa yang tiada
henti. Kalian adalah sumber inspirasi dan kekuatan saya dalam menyelesaikan
karya ini.*

*Dosen Yang telah membimbing dan memberikan ilmu serta motivasi, sehingga saya
dapat menyelesaikan tugas ini dengan baik. Terima kasih atas segala arahan dan
kesabaran yang diberikan.*

*Teman-Teman Seperjuangan Yang selalu memberikan semangat dan dorongan, serta
menemani dalam suka dan duka selama proses penyusunan karya ini. Kebersamaan
dan kerjasama kita adalah bagian penting dari perjalanan ini.*

*Almamater Tercinta Terima kasih atas kesempatan dan fasilitas yang diberikan
sehingga saya dapat menuntut ilmu dan menyelesaikan karya ini dengan maksimal.
Diri Sendiri Sebagai bentuk apresiasi atas kerja keras, ketekunan, dan kesabaran
yang telah dilakukan untuk menyelesaikan karya ini. Semoga ini menjadi langkah
awal untuk mencapai cita-cita yang lebih tinggi.*

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Identitas Diri

Nama : Mochammad Alfim Torriqul Umma
Tempat, Tanggal lahir : Rembang, 12 November 2003
Alamat : Ds. Ringin, RT/RW.01/05, Kec. Pamotan, Kab. Rembang
Kebangsaan : Indonesia
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
No Telp / Email : 089509246525 / alfimtu@gmail.com

Riwayat Pendidikan

Jenjang	Sekolah/intansi/Universitas	Jurusan	Periode
SD	SD Negeri 1 Ringin	-	2010-2016
SMP	SMP Negeri 1 Pamotan	-	2016-2019
SMK	SMK Negeri 1 Rembang	Teknik Komputer dan Jaringan	2019- 2022
Strata -1	Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya	Ilmu Komunikasi	2022-2026

RINGKASAN

Alfim, 2026, **Pengaruh *Visual Appeal* Konten Instagram @Rumahmerahheritagelasem Terhadap Minat Berkunjung Generasi Z.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *visual appeal* konten Instagram @rumahmerahheritagelasem terhadap minat berkunjung Generasi Z. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada meningkatnya penggunaan media sosial Instagram sebagai sarana promosi destinasi wisata heritage, khususnya dalam menjangkau Generasi Z yang dikenal sebagai kelompok pengguna digital dengan orientasi visual yang tinggi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori. Pengumpulan data dilakukan melalui metode survei menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden yang merupakan *followers* aktif akun Instagram @rumahmerahheritagelasem dari kalangan Generasi Z, dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan rumus Slovin. Variabel visual appeal diukur menggunakan indikator estetika klasik dan estetika ekspresif, sedangkan variabel minat berkunjung diukur berdasarkan indikator keinginan berkunjung, rencana berkunjung, intensi pengalaman wisata, dan rekomendasi. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier sederhana dengan bantuan SPSS. Landasan teori yang digunakan adalah Teori *Stimulus-Organism-Response* (S-O-R) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Hasil penelitian menunjukkan bahwa visual appeal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung Generasi Z, yang ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar $6,234 > t$ tabel $1,984$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Persamaan regresi yang terbentuk adalah $Y = 14,651 + 0,437X$, yang berarti setiap peningkatan satu satuan pada visual appeal akan meningkatkan minat berkunjung sebesar $0,437$ satuan. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar $0,284$ menunjukkan bahwa visual appeal mampu menjelaskan $28,4\%$ variasi minat berkunjung Generasi Z, sedangkan $71,6\%$ sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: Visual Appeal, Instagram, Minat Berkunjung, Generasi Z, Wisata Heritage, Rumah Merah Heritage Lasem

SUMMARY

Alfim, 2026, *The Influence Of Visual Appeal Of Instagram Content @Rumahmerahheritagelasem On Generation Z's Intention To Visit.*

This study aims to examine and analyze the influence of visual appeal of Instagram content @rumahmerahheritagelasem on Generation Z's intention to visit. The study is grounded in the growing use of Instagram as a promotional platform for heritage tourism destinations, particularly in reaching Generation Z, a demographic known for their high visual orientation in digital content consumption. A quantitative approach with an explanatory research design was employed. Data were collected through a survey using a questionnaire distributed to 100 respondents who are active followers of the @rumahmerahheritagelasem Instagram account from Generation Z, selected through purposive sampling based on Slovin's formula. The visual appeal variable was measured using classical aesthetics and expressive aesthetics indicators, while the visit intention variable was measured using indicators of desire to visit, visit planning, tourism experience intention, and recommendation. Data analysis was conducted using simple linear regression with the aid of SPSS. The theoretical framework applied in this study consists of the Stimulus-Organism-Response (S-O-R) Theory and the Theory of Planned Behavior (TPB). The results indicate that visual appeal has a positive and significant influence on Generation Z's visit intention, as evidenced by a t-value of 6.234 > t-table of 1.984 with a significance value of 0.000 < 0.05. The resulting regression equation is $Y = 14.651 + 0.437X$, indicating that every one-unit increase in visual appeal increases visit intention by 0.437 units. The coefficient of determination (R^2) of 0.284 reveals that visual appeal accounts for 28.4% of the variation in Generation Z's visit intention, while the remaining 71.6% is influenced by other factors not examined in this study.

Keywords: Visual Appeal, Instagram, Visit Intention, Generation Z, Heritage Tourism, Rumah Merah Heritage Lasem

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, karunia, serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Visual Appeal Konten Instagram @Rumahmerahheritagelasem Terhadap Minat Berkunjung Generasi Z”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan Strata Satu pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari proses panjang yang melibatkan usaha, doa, bimbingan, dukungan, serta bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Harjo Seputro, S.T., M.T., selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas kesempatan, dukungan, dan fasilitas akademik yang telah diberikan sehingga penulis dapat menempuh pendidikan tinggi dan menyelesaikan studi dengan lancar.
2. Bapak Prof. Dr. V. Handoko, M.S., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan motivasi akademik bagi penulis selama masa studi. Dukungan Bapak Dekan memberikan fondasi yang kuat bagi kelancaran proses akademik penulis.
3. Ibu Hajidah Fildzahun Nadhila Kusnadi, S.Sos., M.A., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, yang telah memberikan pengarahan, masukan, dan arahan yang sangat membantu penulis dalam merumuskan, menyusun, dan menyelesaikan skripsi ini. Kepedulian Ibu Ketua Program Studi mendorong penulis untuk bekerja secara teliti dan sistematis.
4. Bapak Moh. Dey Prayogo, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku Dosen Pembimbing I, yang telah memberikan saran, evaluasi, dan arahan konstruktif agar skripsi ini tersusun dengan baik, sistematis, dan ilmiah. Bimbingan Bapak membantu penulis memperkuat analisis serta kesimpulan penelitian
5. Bapak Drs. Jupriono, M.Si., selaku Dosen Pembimbing II, yang telah membimbing penulis dengan sabar sejak tahap awal hingga penyelesaian skripsi. Bimbingan dan koreksi Bapak sangat membantu dalam penyusunan metodologi, analisis data, serta perbaikan penulisan akademik secara menyeluruh.
6. Ibu Ayah dan Adik-adik, yang selalu memberikan doa, kasih sayang, nasihat, dan dua kungan moral tanpa henti. Kata-kata penyemangat, perhatian, dan doa yang diberikan menjadi energi positif bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Teman-teman KRS BADAK, yang telah menemani penulis selama perjalanan akademik. Dukungan, diskusi, motivasi, dan kebersamaan yang diberikan teman-teman menjadi pengalaman berharga yang memperkaya proses belajar penulis, baik dari segi akademik maupun sosial.
8. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan bantuan, dukungan, informasi, serta doa, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar.
9. Diri sendiri, Mochammad Alfim Torriqul Umma, yang telah berusaha, bersabar, dan berkomitmen menyelesaikan proses penelitian dan penulisan skripsi ini meskipun menghadapi berbagai tantangan. Disiplin, ketekunan, dan kesungguhan dalam meneliti, menganalisis, dan menulis menjadi kunci terselesaikannya karya ilmiah ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan, baik dari segi penulisan, penyusunan, maupun pembahasan. Oleh karena itu, penulis dengan terbuka menerima kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan karya tulis ini. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, khususnya dalam kajian Ilmu Komunikasi, pengelolaan konten media sosial, micro influencer, serta komunikasi digital berbasis pengalaman aktivitas mendaki.

Surabaya, 2026

Mochammad Alfim Torriqul Umma

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vii
RINGKASAN	viii
<i>SUMMARY</i>.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.1.1 Hasil Penelitian Terdahulu	7
2.1.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Landasan Teori	14
2.2.1 Teori Stimulus-Organism-Response (S-O-R).....	15
2.2.2 Theory of Planned Behavior (TPB).....	16
2.3 Landasan Konsep	17
2.3.1 Visual Appeal	18
2.3.2 Media Sosial Instagram.....	18
2.3.3 Generasi Z	19
2.3.4 Wisata Heritage	20
2.4 Kerangka Pemikiran.....	20
2.5 Hipotesis.....	21

BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Pendekatan Penelitian	23
3.2 Jenis Penelitian.....	23
3.3 Populasi dan Sampel	24
3.3.1 Populasi	24
3.3.2 Sampel.....	24
3.4 Pengukuran dan Instrumen Penelitian.....	25
3.4.1 Instrumen Penelitian.....	25
3.4.2 Skala Pengukuran.....	26
3.4.3 Kategori Skor Variabel	27
3.4.4 Uji Validitas	28
3.4.5 Uji Reliabilitas.....	28
3.5 Teknik Pengumpulan Data	29
3.6 Teknik Analisis Data	29
3.6.1 Uji Asumsi Klasik	29
3.6.2 Uji Normalitas	30
3.6.3 Uji Linearitas.....	30
3.6.4 Uji Heteroskedastisitas	30
3.6.5 Analisis Regresi Linier Sederhana	30
3.7 Definisi Konsep dan Operasionalisasi Variabel	31
3.7.1 Definisi Konseptual.....	31
3.7.2 Definisi Operasional Variable Penelitian.....	32
BAB IV HASIL PENELITIAN	35
4.1 Gambaran Objek Penelitian	35
4.1.1 Profil Rumah Merah Heritage Lasem	35
4.2 Penyajian Data	35
4.2.1 Karakteristik Responden	35
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	36
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Penggunaan Instagram	37
4.2.5 Hasil Uji Instrumen Penelitian	38
4.2.6 Uji Validitas	38
4.2.7 Uji Reliabilitas.....	39
4.2.8 Hasil Analisis Deskriptif	40
4.2.9 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	41
4.2.10 Uji Normalitas	41
4.2.11 Uji Linieritas.....	43
4.2.12 Uji Heteroskedastisitas	44

4.2.13 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana	45
4.2.14 Hasil Uji Hipotesis (Uji t)	46
4.2.15 Koefisien Determinasi (R^2)	47
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	47
BAB V PENUTUP	53
5.1 Kesimpulan	53
5.2 Saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA.....	55
LAMPIRAN.....	57

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	7
Tabel 3. 1 Skala Pengukuran	27
Tabel 3. 2 Kategori Skor Variabel X	27
Tabel 3. 3 Kategori Skor Variabel Y.....	27
Tabel 3. 4 Operasional Variabel Penelitian.....	32
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Variabel Visual Appeal (X)	38
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Berkunjung (Y)	39
Tabel 4. 3 Uji Reliabilitas Variabel X dan Y	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2 1 Kerangka Berpikir	21
Gambar 4. 1 Diagram Usia.....	36
Gambar 4. 2 Diagram Jenis Kelamin	36
Gambar 4. 3 Diagram Intensitas Penggunaan Instagram	37
Gambar 4. 4 Analisis Deskriptif.....	40
Gambar 4. 5 Uji One Sample Kolmogrov-Smirnov Test	41
Gambar 4. 6 Histogram Uji Normalitas	42
Gambar 4. 7 Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual.....	43
Gambar 4. 8 Uji Linieritas.....	44
Gambar 4. 9 Uji Heteroskedastisitas ScatterPlot.....	45
Gambar 4. 10 Uji Regresi Linier Sederhana	45
Gambar 4. 11 Uji Regresi Linier Sederhana	46
Gambar 4. 12 Uji Koefisien Determinasi (R).....	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Google Form	57
Lampiran 2 Data Skoring Variabel X / Visual Appeal	61
Lampiran 3 Data Skoring Variabel Y / Minat Berkunjung.....	64
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas Variabel X & Y	67
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X & Y	69
Lampiran 6 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	70
Lampiran 7 Hasil Uji Linieritas	72
Lampiran 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot.....	73
Lampiran 9 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Sederhana	74
Lampiran 10 Hasil Uji Hipotesis (Uji t).....	75
Lampiran 11 Hasil Uji Determinasi (R^2).....	76
Lampiran 12 Kartu Bimbingan	77
Lampiran 13 Turnitin	79
Lampiran 14 Lembar Revisian.....	81
Lampiran 15 Bukti Publikasi Jurnal.....	84