

**PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN MINAT BERKUNJUNG  
WISATAWAN DI DAGO DREAM PARK**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh studi pada Program  
Strata 1**



**Oleh:**

**LARASATI PUSPITA DEWI**

**201621144**

**PROGRAM STUDI  
STUDI INDUSTRI PERJALANAN  
JURUSAN PERJALANAN**

**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA NHI BANDUNG**

**2020**

## LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI/PROYEK AKHIR/TUGAS AKHIR

**PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN  
DI DAGO DREAM PARK**

NAMA : LARASATI PUSPITA DEWI  
NIM : 201621144  
PROGRAM STUDI : STUDI INDUSTRI PERJALANAN  
JURUSAN : PERJALANAN

Pembimbing I,



**Dr. Sutanto, M.Ed. TESOL, Dipl TESL**

NIP. 19560607198231005

Pembimbing II,



**Jatmiko Edy Waluyo, Drs., MM.Par**

NIP. 195811091995031001

Bandung, 19 Agustus 2020

Mengetahui,

Kepala Bagian Administrasi Akademik dan  
Kemahasiswaan,

**Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc**

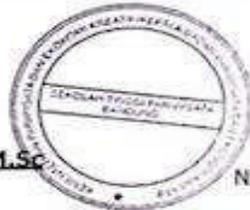
NIP.19710506 199803 1 001

Menyetujui,

Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung

**Faisal, MM.Par., CHE**

NIP. 19730706 199503 1 001





## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Larasati Puspita Dewi

NIM : 201621144

Program Studi : Studi Industri Perjalanan

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Proyek Akhir dengan judul "Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Minat Berkunjung Wisatawan Di Dago Dream Park" ini merupakan penelitian yang saya lakukan sendiri, hasil penelitian ini tidak berasal dari penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain yang sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di STP Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan terkecuali adanya arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Proyek Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah Proyek Akhir ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 10 September 2020



**Larasati Puspita Dewi**  
201621144

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena dengan rahmat, keberkahan dan karunia-Nya usulan penelitian ini dapat berjalan dengan lancar sesuai rencana yang diinginkan maka peneliti menetapkan judul **“Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Minat Berkunjung Wisatawan di Dago Dream Park”** sesuai dengan waktu yang ditentukan.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam meraih gelar Sarjana Pariwisata pada Program Studi Strata 1 Studi Industri Perjalanan, Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menghadapi rintangan dan cobaan yang dihadapi namun, pada akhirnya dapat dilalui oleh penulis berkat adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara moral maupun spiritual. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Faisal, MM.Par., CHE selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung
2. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.sos., Msc selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung
3. Ibu Endang Komesty Sinaga, MM. Par., CHE selaku Ketua Jurusan Perjalanan

4. Bapak Singgih Tri Wibowo, MM.Par selaku Ketua Program Studi Studi Industri Perjalanan
5. Bapak Sutanto Leo M.Ed. TESOL, Dipl TESL selaku Dosen Pembimbing I yang sudah membantu membimbing saya dalam penyusunan skripsi ini
6. Bapak Jatmiko Edy Waluyo, Drs., MM.Par selaku Dosen Pembimbing II yang sudah membantu membimbing saya dalam penyusunan skripsi ini
7. Kepada seluruh dosen, staf, dan seluruh keluarga Studi Industri Perjalanan yang sudah memberikan dukungan dan membantu dalam memperlancar skripsi ini
8. Kepada pihak Dago Dream Park telah memberikan izin untuk dijadikan sebagai lokus penelitian skripsi ini
9. Kepada Bapak Kopol Asep Agustoni, SE., MM dan Ibu Winarni Warsieti, SE selaku orang tua penulis dan seluruh keluarga yang selalu memberikan dukungan dan motivasi
10. Kepada Shah Alim Fahmi selaku orang terdekat penulis yang selalu ada untuk penulis serta memberikan semangat dan memberi dukungan kepada penulis untuk lulus bersama di tahun 2020 ini
11. Kepada seluruh sahabat dan teman-teman Studi Industri Perjalanan 2016 yang selalu memberikan semangat
12. Terimakasih kepada civitas Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung dan semua pihak yang telah membantu dalam melancarkan pembuatan skripsi ini

Penulis berharap skripsi ini dapat diterima oleh semua pihak dan memiliki manfaat agar dapat diaplikasikan selanjutnya. Dan dapat bermanfaat bagi kemajuan industri pariwisata di Indonesia. Penulis juga sangat menghargai apabila ada masukan berupa kritik maupun saran.

Bandung, 14 April 2020

Larasati Puspita Dewi

## **ABSTRAK**

Saat ini berkomunikasi menjadi hal yang mudah karena teknologi dan adanya jaringan internet yang sudah cukup meluas salah satu caranya yaitu menggunakan media sosial. Segala informasi dan pesan dapat disampaikan melalui suatu akun yang dimana semua orang dapat dengan mudah membuat dan memiliki suatu akun. Seperti yang dibuktikan pada hasil survey Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) bahwa fenomena digital ini dapat berjalan dengan baik karena sebagian besar para pelaku usaha sudah menggunakan media sosial sebagai alat promosinya. Bagi sebagian industri media sosial mempunyai peranan penting yang memiliki dampak cukup berpengaruh salah satunya dalam mendatangkan wisatawan yang akan membentuk minat berkunjung ke suatu tempat. Karena itu dalam penelitian ini memiliki tujuan meneliti bagaimana peran media sosial terhadap minat berkunjung wisatawan di Dago Dream Park. Penelitian ini berjenis penelitian kuantitatif deskriptif, yang menjadikan wisatawan yang berkunjung ke Dago Dream Park maupun yang sudah pernah berkunjung akan menjadi target populasi dengan sampel sebanyak 104 responden. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana.

Data yang telah ditemukan dan dikumpulkan lalu diolah menghasilkan suatu pengaruh mengenai peran media sosial dalam meningkatkan minat berkunjung wisatawan di Dago Dream Park memiliki pengaruh sebesar 50,8%.

**Kata Kunci : Media Sosial, Minat Berkunjung, Dago Dream Park**

## **ABSTRACT**

*Currently, communication becomes easy because of technology and the existence of an internet network that is quite widespread, one of the ways is to use social media. All information and messages can be delivered through an account where anyone can easily create and have an account. As has been proven by the results of a survey of the Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) that this digital phenomenon tool. For some industries social media has an important role that has quite an impact, one of which is to bring tourists who will form an interest in visiting a place. Therefore, in this research, the aim is to examine how the role of social media on the tourists visiting interest in Dago Dream Park. This type of research is quantitative descriptive research, which makes visiting intentions Dago Dream Park or who have already visited the target population with a sample of 104 respondents. Data analysis in this study uses simple regression analysis*

*Data that has been found and collected and then processed produces an influence on the role of social media in increasing the tourist visiting intentions in Dago Dream Park has an influence of 50,8%.*

***Keywords : Social Media, Visiting Intentions, Dago Dream Park***

## DAFTAR ISI

|  |            |
|--|------------|
| <b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>  | <b>ii</b>  |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>   | <b>ii</b>  |
| <b>ABSTRAK.....</b>  | <b>v</b>   |
| <b>ABSTRACT.....</b>   | <b>vi</b>  |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>   | <b>vii</b> |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>   | <b>ix</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>  | <b>x</b>   |
| <b>BAB 1.....</b>  | <b>1</b>   |
| <b>PENDAHULUAN.....</b>  | <b>1</b>   |
| A. Latar Belakang Masalah.....                                       | 1          |
| B. Rumusan Masalah.....  | 5          |
| C. Tujuan Penelitian.....  | 5          |
| D. Batasan Masalah.....  | 5          |
| E. Manfaat Penelitian.....   | 5          |
| <b>BAB II.....</b>   | <b>7</b>   |
| <b>TINJAUAN PUSTAKA.....</b>   | <b>7</b>   |
| A. Kajian Teori Media Sosial.....                                    | 7          |
| B. Kajian Teori Minat berkunjung.....                                | 9          |
| C. Kajian Teori Keputusan Berkunjung.....                            | 10         |
| D. Kajian Teori Minat Berkunjung.....                                | 12         |
| E. Kajian Teori Pengaruh Media sosial terhadap Minat Berkunjung..... | 14         |
| F. Penelitian Terdahulu.....   | 14         |
| G. Kerangka Pemikiran.....   | 15         |
| H. Hipotesis Penelitian.....   | 16         |
| <b>BAB III.....</b>  | <b>17</b>  |
| <b>METODE PENELITIAN.....</b>  | <b>17</b>  |
| A. Desain Penelitian.....  | 17         |
| B. Objek Penelitian.....   | 18         |

|                       |   |           |
|-----------------------|---|-----------|
| C.                    | Populasi dan Sampel .....   | 18        |
| D.                    | Metode pengumpulan Data.....  | 20        |
|                       | 1. Teknik Pengumpulan Data .....  | 20        |
| E.                    | Uji Validitas dan Realiabilitas .....   | 22        |
| F.                    | Definisi Operasional Variabel .....   | 26        |
| G.                    | Analisis Data .....   | 28        |
| H.                    | Jadwal Penelitian .....   | 29        |
| <b>BAB IV</b>         | .....   | <b>30</b> |
| <b>A.</b>             | <b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>  | <b>30</b> |
| A1.                   | Hasil Penelitian Media Sosial.....  | 30        |
| <b>B.</b>             | <b>Hasil Penelitian dan Pembahasan Minat Berkunjung .....</b>                         | <b>35</b> |
|                       | <b>B.1 Hasil Penelitian Minat Berkunjung.....</b>                                     | <b>35</b> |
|                       | <b>B.2 Pembahasan Minat Berkunjung .....</b>  | <b>40</b> |
| <b>C.</b>             | <b>Hasil Penelitian Dan Pembahasan Pengaruh Media Sosial Terhadap</b>                 |           |
|                       | <b>Minat Berkunjung .....</b>   | <b>42</b> |
|                       | <b>C.1 Hasil Penelitian Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung .....</b>     | <b>42</b> |
|                       | <b>C.2 Pembahasan Pengaruh Media Sosial (X) Terhadap Minat Berkunjung (Y) di Dago</b> |           |
|                       | <b>Dream Park.....</b>  | <b>46</b> |
| <b>BAB V</b>          | .....   | <b>50</b> |
|                       | SIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN .....   | 50        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b> | .....   | <b>53</b> |
| <b>LAMPIRAN</b>       | .....   | <b>56</b> |

## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| TABEL 1. SKOR SKALA LIKERT .....             | 21 |
| TABEL 2. UJI VALIDITAS .....                 | 23 |
| TABEL 3. MATRIX OF VARIABLES .....           | 26 |
| TABEL 4. JADWAL PENELITIAN .....             | 29 |
| TABEL 31. UJI NORMALITAS .....               | 46 |
| TABEL 32. UJI LINEARITAS.....                | 47 |
| TABEL 33. UJI REGRESI LINIER SEDERHANA ..... | 48 |
| TABEL 34. KOEFISIEN DETERMINASI .....        | 49 |

## DAFTAR GAMBAR

|  |           |
|--|-----------|
| <b>GAMBAR 1. DIGITAL AROUND THE WORLD IN 2019.....</b>                   | <b>1</b>  |
| <b>GAMBAR 7. Garis Kontinum Peran Media Sosial (X).....</b>              | <b>33</b> |
| <b>GAMBAR 2. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....</b>        | <b>35</b> |
| <b>GAMBAR 3. Profil Responden Berdasarkan Tempat Asal .....</b>          | <b>36</b> |
| <b>GAMBAR 4. Profil Responden Berdasarkan Usia.....</b>                  | <b>36</b> |
| <b>GAMBAR 5. Profil Responden Berdasarkan Pendidikan .....</b>           | <b>37</b> |
| <b>GAMBAR 6. Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Satu Bulan.....</b> | <b>37</b> |
| <b>GAMBAR 8. Garis Kontinum Minat Berkunjung (Y).....</b>                | <b>41</b> |

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. (2018). *Pengaruh Promosi Penjualan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Genesis Coffee*. <http://repository.unpas.ac.id>.
- Adinda. (2019). *Pengaruh Media Sosial Instagram @exploremalang terhadap Minat Berkunjung ke Suatu Destinasi*. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id>.
- Ali. (2016). *Strategi Pengembangan Fasilitas Guna Meningkatkan Daya Tarik Minat Wisatawan di Darajat Pass (Waterpark) Kecamatan Pasirwangi Kabupaten Garut*. <http://repository.upi.edu>.
- Andriani. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemberdayaan Masyarakat Petani Kepala Oleh Dinas Perkebunan Kabupaten Indragiri Hilir.
- Andriani. (2018). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemberdayaan Masyarakat Petani Kepala Oleh Dinas Perkebunan Kabupaten Indragiri Hilir*. <http://repository.uid-suska.ac.id>.
- Armin., D. J. (2017). *Klasifikasi Kelompok Umur Manusia Berdasarkan Analisis Dimensi Fraktal Box Counting dari Citra Wajah dengan Deteksi Tepi Canny*. Mathunnesa Jurnal Ilmiah Matematika ISSN 2301-9915.
- Aulia. (2017). *Manfaat Jejaring Sosial dan Food Quality serta Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian Mie Merapi di Bandung*. <http://repository.widyatama.ac.id>.
- Bagus., N. E. (2012). *Buku Metodologi Penelitian Pariwisata dan Perhotelan 1st Published*. Andi Publisher.
- Budiaji. (2013). *Skala Pengukuran dan Jumlah Respon Skala Likert Vol.2 No.2 Hal 123-133*. e-jurnal.com.
- Budisari. (2014). *Study Ethnomatematics Mengungkap Aspek-Aspek Matematika pada Penentuan Hari Baik Aktivitas Sehari-hari Masyarakat Adat Kampung Kuta di Ciamis Jawa Barat*. <http://repository.upi.ac.id>.

- Cahyono. (2016). *Pengaruh Media Sosial terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia Vol.9 No.1*. <http://www.jurnal-unita.org>.
- Deksono. (2017). *Pengaruh Motivasi Wisata dan E-WOM terhadap Minat Berkunjung ke Daya Tarik Wisata Goa Pindul*. <http://repository.usd.ac.id>.
- e-Marketer. (2014). *Pengguna Internet Indonesia Nomor Enak Dunia*. <http://kominfo.go.id>.
- Fanani., S. D. (2017). *Pengaruh Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasi terhadap Organizational Citizenship Behavior (OCB)*. [ejournal.uki.ac.id](http://ejournal.uki.ac.id).
- Karimah. (2018). *Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya pada Keputusan Berkunjung*. <http://eprints.iain-surakarta.ac.id>.
- Kemp. (2019). *Digital 2019: Global Internet Use Accelerates*. <https://wearesocial.com>.
- Kharis. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Harga Sebagai Intervening*. [etheeses.uin.malang.ac.id](http://etheeses.uin.malang.ac.id).
- Mariadi. (2017). *Pengaruh Motivasi Berprestasi dan Kompetensi Kerja terhadap Kinerja Karyawan di PT. Taspen (PERSERO) Kantor Cabang Utama Bandung*. [repository.unpas.ac.id](http://repository.unpas.ac.id).
- Muchlis. (2015). *Pengaruh Stress terhadap Kinerja Karyawan PT. Batik Danar Hadi Surakarta*. [eprints.ums.ac.id](http://eprints.ums.ac.id).
- Putra. (2018). *Pemasaran Industri Ekonomi Kreatif slide 15*. <https://www.bekraf.go.id>.
- Rizkinaswara. (2019). *Digital Tourism Strategi untuk Menarik Wisatawan Milenial*. <https://aptika.kominfo.go.id>.
- Roostika. (2012). *Citra Merk Tujuan Wisata dan Perilaku Wisatawan: Yogyakarta sebagai Daerah Tujuan Wisata*. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi Vol.1 No.1 April*.
- Salsabila. (2019). *Karakteristik Wisatawan Milenial dalam Meningkatkan Daya Saing Produk Wisata di Orchid Forest Bandung*. <http://repository.stp-bandung.ac.id>.
- Salsabila. (2019). *Karakteristik Wisatawan Milenial dalam Meningkatkan Daya Saing Produk Wisata di Orchid Forest Bandung*. <http://repository.stp-bandung.ac.id>.

- Simbolon. (2019). *Mengintip Daftar UMK 2020 di Jabar, Tertinggi Kabupaten Karawang*.  
[www.liputan6.com](http://www.liputan6.com).
- Soemanto. (2010). *Pengertian Pariwisata, Sosiologi dan Ruang Lingkup Sosiologi Pariwisata*.  
<https://repository.ut.ac.id>.
- Sopyan. (2015). *Analisi Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung Ulang Pengunjung dengan Kepuasan Pengunjung sebagai Variabel Intervening*.
- Sopyan. (2015). *Analisi Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung Ulang Pengunjung dengan Kepuasan Pengunjung sebagai Variabel Intervening*. [eprints.undip.ac.id](http://eprints.undip.ac.id).
- Sudharta. (2015). *Metode Penelitian*. [widisudhrta.weebly.com](http://widisudhrta.weebly.com).
- Surya. (2019). *Penggunaan Utaut Model dalam Sistem Reservasi Online Aplikasi Online Aplikasi Online KAI Access Oleh Wisatawan di Stasiun Bandung*. <https://repository.stp-bandung.ac.id>.
- Tambunan. (2016). *Pengaruh Social Media terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Nusantara ke DKI Jakarta*. <http://repository.stp-bandung.ac.id>.
- Turban., S. L. (2016). *Social Commerce: Marketing, Technology and Management*. Springer *Texts in Business and Economics*. <https://link.springer.com>.
- Wibowo. (2018). *Usaha Jasa Pariwisata*. <http://file.upi.edu/Direktori>.