

**EFEKTIVITAS INSTAGRAM UNTUK  
PENGAMBILAN KEPUTUSAN KUNJUNGAN  
WISATA DI OBJEK WISATA CURUG  
CILEMBER, KABUPATEN BOGOR, JAWA  
BARAT**



Mega Anggraeni  
4315165046

Skripsi yang Ditulis untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Memperoleh  
Gelar Sarjana Pendidikan

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN GEOGRAFI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2023**

## ABSTRAK

**MEGA ANGGRAENI. 4315165046. Efektivitas Instagram untuk Pengambilan Keputusan Kunjungan Wisata di Objek Wisata Curug Cilember, Kabupaten Bogor, Jawa Barat. Skripsi. Jakarta: Program Studi Pendidikan Geografi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta.**

Penelitian ini bertujuan menganalisis efektivitas instagram untuk pengambilan keputusan kunjungan wisata. Metode penelitian menggunakan deskriptif kuantitatif dengan data kualitatif sebagai data pendukung untuk menguatkan hasil penelitian. Subjek penelitian merupakan wisatawan pengguna instagram yang datang berkunjung ke objek wisata Curug Cilember menggunakan *accidental sampling* dan pengelola objek wisata. Hasil analisis efektivitas instagram berdasarkan indikator AIDA menunjukkan hasil sangat efektif pada tahap *attention*. Pada tahap *interest* tidak efektif membuat wisatawan memperhatikan seluruh informasi. Pada tahap *desire* sangat efektif menarik minat kunjungan wisata. Pada tahap *action* tindakan yang diambil wisatawan sangat efektif untuk perencanaan kunjungan wisata, namun sangat tidak efektif untuk tindakan pembelian tiket wisata secara *online*. Secara keseluruhan hasil penelitian ini instagram dianggap masih tidak efektif untuk pengambilan keputusan kunjungan wisata di objek wisata Curug Cilember karena wisatawan tidak langsung mengambil keputusan untuk datang berkunjung melainkan hanya membuat perencanaan kunjungan wisata terlebih dahulu.

**Kata kunci: Efektivitas, Promosi, Keputusan Berkunjung**

## **ABSTRACT**

**MEGA ANGGRAENI. 4315165046. Efektivitas Instagram untuk Pengambilan Keputusan Kunjungan Wisata di Objek Wisata Curug Cilember, Kabupaten Bogor, Jawa Barat. Skripsi. Jakarta: Program Studi Pendidikan Geografi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta.**


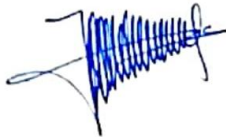

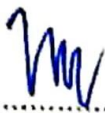

*This study aims to analyze the effectiveness of Instagram for tourist visit decision making. The research method uses quantitative descriptive with qualitative data as supporting data to strengthen the research results. The subjects of the study were Instagram user tourists who came to visit Curug Cilember attractions using accidental sampling and tourism object managers. The results of the analysis of the effectiveness of Instagram based on AIDA indicators show very effective results at the attention stage. At the interest stage, it is not effective to make tourists pay attention to all information. At the desire stage, it is very effective in attracting tourist visits. At the action stage, the actions taken by tourists are very effective for planning tourist visits, but very ineffective for the act of buying tourist tickets online. Overall, the results of this study Instagram are still considered ineffective for making tourist visit decisions at Curug Cilember tourist attractions because tourists do not immediately make decisions to come to visit but only make planning tourist visits in advance.*

**Keywords: Effectiveness, Promotion, Visit Decision**



## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI



| No | Tim Penguji   | Tanda Tangan   | Tanggal          |
|----|---|--|------------------|
| 1  | <u><b>Dra. Asma Irma Sertianingsih, M.Si</b></u><br>NIP. 196510281990032002<br>Ketua                    | <br>.....   | 19-8-23<br>..... |
| 2  | <u><b>Dr. Cahyadi Setiawan, S.Si., M.Si</b></u><br>NIP. 197908032006041003<br>Penguji Ahli I            | <br>.....   | 14-8-23<br>..... |
| 3  | <u><b>Fauzi Ramadhoni A'Rachman, S.Pd., M.Sc</b></u><br>NIP. 198904252019031011<br>Penguji Ahli II      | <br>.....  | 14-8-23<br>..... |
| 4  | <u><b>Prof. Dr. Sc. ILM Ahman Sya, Drs., M.Pd., M.Sc</b></u><br>NIP. 195806121983031004<br>Pembimbing I | <br>.....  | 15-8-23<br>..... |
| 5  | <u><b>Dr. Oot Hotimah, M.Si</b></u><br>NIP. 197406042002122001<br>Pembimbing II                         | <br>..... | 18-8-23<br>..... |

Tanggal lulus : 03 Agustus 2023

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mega Anggraeni  
NIM : 4315165046  
Program Studi : Pendidikan Geografi  
Fakultas : Ilmu Sosial  
Universitas : Universitas Negeri Jakarta

Dengan ini saya menyatakan:

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah saya ajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Ahli Madya, Sarjana, Magister dan/atau Doktor) baik di Universitas Negeri Jakarta ataupun di universitas lain.
2. Skripsi ini murni hasil gagasan, rumusan dan hasil saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dan bantuan dari dosen pembimbing.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan dicantumkan nama pengarang dan disebutkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan apabila di kemudian hari terdapat ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang sudah saya peroleh serta sanksi lainnya yang berlaku di Perguruan Tinggi ini.

Jakarta, 08 Agustus 2023

  
LECECAKX60832  
Mega Anggraeni

NIM. 4315165046

## LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: 021-4894221  
Laman: [lib.unj.ac.id](http://lib.unj.ac.id)

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

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Mega Anggraeni  
NIM : 4315165046  
Fakultas/Prodi : Ilmu Sosial/ Pendidikan Geografi  
Alamat email : mgangraeni27@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi     Tesis     Disertasi     Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Efektivitas Instagram untuk Pengambilan Keputusan Kunjungan Wisata di  
Objek Wisata Curug Cilember, Kab. Bogor, Jawa Barat

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 21 Agustus 2023

Penulis

(Mega Anggraeni)

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Jatuh lalu bangkit adalah bagian dari kehidupan yang membentuk seorang manusia untuk bertumbuh, karena dalam proses menjadi lebih baik yang terpenting adalah tidak menyerah.

Kupersembahkan skripsi ini untuk alm. Ayah dan Ibuku tercinta  
Yang selalu sabar membimbingku, memberikan doa, motivasi dan menguatkan dalam setiap langkah yang ku pijak.

Yang selalu menguatkan  
Nurohmat, Widia, Kevin, Ana, Hera dan Ola

Terima kasih untuk selalu hadir dan membuat hidupku memiliki arti tersendiri.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur Saya panjatkan kepada Allah SWT., atas berkat rahmat dan karunia-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Dalam penyusunan penelitian yang berjudul “Efektivitas Instagram untuk Pengambilan Keputusan Kunjungan Wisata di Objek Wisata, Kabupaten Bogor, Provinsi Jawa Barat”, Saya ingin mengucapkan rasa terima kasih yang tidak terkira kepada Prof. Dr. Sc. H.M Ahman Sya, Drs., M.Pd., M.Sc. selaku dosen pembimbing I dan Dr. Oot Hotimah, M.Si. selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan masukan dan saran kepada penulis dalam pengerjaan skripsi Saya, selanjutnya penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih dan hormat penulis kepada:

1. Prof. Dr. Sarkadi, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta.
2. Bapak Firdaus Wajdi, S.Th.I., M.A., Ph.D selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta beserta jajarannya.
3. Dr. Ode Sofyan Hardi, M.Si., M.Pd. selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Geografi Universitas Negeri Jakarta.
4. Dr. Samadi, S.Pd., M.Si. selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan masukan dan arahan selama penulis mengikuti masa studi aktif di Universitas Negeri Jakarta.
5. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Pendidikan Geografi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan banyak ilmu juga pengalaman selama penulis menjalani masa studi di Pendidikan Geografi Universitas Negeri Jakarta.
6. Ayah (Alm.) Sugiman, Ibuku Sri Hartati dan Kakakku terima kasih telah menjadi keluarga yang memberikan dukungan dan doa dalam setiap langkah yang diambil.
7. Widia Aryini, Kevin Rizki, dan Nurohmat Hidayat sahabat penulis yang selalu menjadi teman cerita, memberikan dukungan, terima kasih sudah hadir selama 12 tahun kehidupan ini.



8. Rindi, Ana, Hera, Yola, Wulan, Satria, Riza dan Kurniawan yang selalu hadir dalam keseharian penulis, menjadi teman terdekat dan diskusi, penulis ucapkan rasa terima kasih yang tak terkira karena tiada lelah menemani perjalanan selama kuliah, memberi masukan, saran, serta semangat.
9. Errina, Eva, Pratiwi, Yuna, Azkia, Bunga, Anis, Anindiaz, Ira, Ilyas dan Aldo yang menjadi teman seperjuangan di akhir semester ini, terima kasih penulis ucapkan atas segala dukungan di akhir semester ini.
10. Mas Snoppy, Mas Mirza, Mba Nabila, Mas Ridwan, Mba Tika dan rekan-rekan kerja di 138 Creativent, terima kasih telah memberikan pengalaman kerja yang berarti bagi penulis.
11. Sabeum-nim Juana Wangsa Putri, Sabeum-nim Danang Tyas, Sabeum-nim Budi Rahman, Sabeum-nim Nurohmat Hidayat, Sabeum-nim Alfiansyah, Sabeum-nim Jeanette yang memberikan dukungan dan membantu penulis dalam setiap administrasi klub dan pengalaman berharga dalam organisasi.
12. Fitri, Alvian, Aulia, Najma, Inzaghi, Andrian, Bintang, Azkia selaku teman dan junior penulis serta keluarga besar JWP Dojang Taekwondo Center.
13. Teman-teman Pendidikan Geografi 2016 yang menjadi teman perjalanan dan seperjuangan selama kuliah di Universitas Negeri Jakarta

Kepada semua yang telah mendukung, mendoakan dan membantu dalam menyelesaikan penelitian ini yang belum tersebut namanya dan tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih. Semoga Allah SWT membalas dan melimpahkan karunia-Nya. Aamiin

Jakarta, 26 Juli 2023

Mega Anggraeni

## DAFTAR ISI

|   |      |
|---|------|
| ABSTRAK.....  | ii   |
| <i>ABSTRACT</i> .....   | iii  |
| LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....                                | iv   |
| LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....                       | v    |
| LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....                 | vi   |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....                                    | vii  |
| KATA PENGANTAR.....   | viii |
| DAFTAR ISI .....  | x    |
| DAFTAR TABEL .....  | xii  |
| DAFTAR GAMBAR.....  | xiii |
| DAFTAR RUMUS .....  | xv   |
| DAFTAR LAMPIRAN .....   | xvi  |
| BAB I.....  | 1    |
| PENDAHULUAN .....   | 1    |
| A. Latar Belakang Masalah.....                                | 1    |
| B. Pembatasan Masalah.....                                    | 4    |
| C. Perumusan Masalah .....                                    | 5    |
| D. Manfaat Penelitian .....                                   | 5    |
| BAB II .....  | 6    |
| KAJIAN PUSTAKA .....  | 6    |
| A. Deskripsi Teori.....                                       | 6    |
| 1. Hakikat Pariwisata dan Geografi Pariwisata.....            | 6    |
| 2. Komponen Pariwisata .....                                  | 6    |
| 3. Sumber Daya Manusia (SDM).....                             | 8    |
| 4. Promosi dan Pemasaran Objek Wisata .....                   | 9    |
| 5. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung ..... | 14   |
| B. Penelitian yang Relevan.....                               | 15   |
| C. Kerangka Berpikir.....                                     | 19   |

|  |     |
|--|-----|
| BAB III .....                            | 21  |
| METODOLOGI PENELITIAN .....              | 21  |
| A. Tujuan penelitian .....               | 21  |
| B. Tempat dan Waktu Penelitian .....     | 21  |
| C. Metode Penelitian .....               | 22  |
| D. Subjek Penelitian .....               | 22  |
| E. Teknik pengumpulan data .....         | 23  |
| F. Teknik Analisis Data .....            | 27  |
| G. Teknik Kalibrasi Keabsahan Data ..... | 29  |
| BAB IV .....                             | 30  |
| HASIL DAN PEMBAHASAN .....               | 30  |
| A. Deskripsi Data .....                  | 30  |
| B. Pembahasan Hasil Penelitian .....     | 66  |
| BAB V .....                              | 79  |
| PENUTUP .....                            | 79  |
| A. Kesimpulan .....                      | 79  |
| B. Saran .....                           | 80  |
| DAFTAR PUSTAKA .....                     | 81  |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN .....                  | 84  |
| 113                                      |     |
| Riwayat Hidup Penulis .....              | 118 |
| 118                                      |     |

## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Tabel 1. Penelitian yang Relevan .....                                   | 15 |
| Tabel 2. Kisi-kisi Angket Kuesioner Wisatawan.....                       | 24 |
| Tabel 3. Kisi-kisi Pedoman Wawancara Manager Site Curug Cilember .....   | 25 |
| Tabel 4. Kisi-kisi Pedoman Wawancara Admin Instagram Curug Cilember..... | 26 |
| Tabel 5. Kategori Capaian Efektivitas.....                               | 28 |
| Tabel 6. Matriks Triangulasi Tahap Attention .....                       | 58 |
| Tabel 7. Matriks Triangulasi Tahap Interest.....                         | 60 |
| Tabel 8. Matriks Triangulasi Tahap Desire .....                          | 62 |
| Tabel 9. Matriks Triangulasi Tahap Action.....                           | 64 |
| Tabel 10. Sebaran Daerah Asal Wisatawan.....                             | 66 |
| Tabel 11. Tahap Attention.....   | 67 |
| Tabel 12. Tahap Interest.....  | 69 |
| Tabel 13. Tahap Desire .....   | 71 |
| Tabel 14. Tahap Action.....  | 74 |



## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 1. Contoh Promosi Pariwisata di Instagram .....   | 11 |
| Gambar 2. Penggunaan Fitur Search di Instagram .....   | 12 |
| Gambar 3. Kerangka Berpikir .....  | 20 |
| Gambar 4. Peta Lokasi Penelitian .....   | 21 |
| Gambar 5. Triangulasi Data Penelitian .....  | 29 |
| Gambar 6. Peta Administrasi Desa Jogjogan .....  | 30 |
| gambar 7. Contoh Promosi pada Highlight Instagram Curug Cilember .....   | 35 |
| gambar 8. Contoh Promosi Unggahan di Instagram Curug Cilember .....  | 36 |
| Gambar 9. Grafik Sebaran Daerah Asal Wisatawan.....  | 36 |
| gambar 10. Peta Sebaran Daerah Wisatawan Curug Cilember .....  | 38 |
| Gambar 11. Grafik Ketertarikan Wisatawan Melihat Unggahan Objek Wisata Curug Cilember di Instagram.....  | 39 |
| Gambar 12. Grafik Ketertarikan Wisatawan pada Foto Menampilkan Objek Wisata Curug Cilember .....   | 40 |
| Gambar 13. Grafik Video Menampilkan Objek Wisata Curug Cilember .....  | 40 |
| Gambar 14. Grafik Foto Menampilkan Fasilitas Penginapan Objek Wisata Curug Cilember  | 40 |
| Gambar 15. Grafik Video Menampilkan Fasilitas Penginapan Objek Wisata Curug Cilember .....   | 41 |
| Gambar 16. Grafik Wisatawan Memperhatikan Seluruh Informasi pada Unggahan Objek Wisata Curug Cilember.....   | 42 |
| Gambar 17. Grafik Wisatawan hanya Memperhatikan Informasi pada Foto Menampilkan Objek Wisata Curug Cilember .....  | 42 |
| Gambar 18. Grafik Wisatawan hanya Memperhatikan Informasi pada Video Menampilkan Objek Wisata Curug Cilember .....   | 43 |
| Gambar 19. Wisatawan hanya Memperhatikan Informasi pada Foto yang Menampilkan Fasilitas Penginapan di Objek Wisata Curug Cilember.....                           | 43 |
| Gambar 20. Wisatawan hanya Memperhatikan Informasi pada Video yang Menampilkan Fasilitas Penginapan di Objek Wisata Curug Cilember .....                         | 44 |
| Gambar 21. Grafik Minat Wisatawan Melakukan Kunjungan Wisata setelah Memperhatikan Unggahan di Instagram .....   | 45 |
| Gambar 22. Grafik Informasi Lokasi Objek Wisata (Geolocation) pada Unggahan di Instagram untuk Menarik Minat Wisatawan Berkunjung Wisatawan .....                | 45 |
| Gambar 23. Grafik Kemampuan Foto yang Menampilkan Objek Wisata Curug Cilember dengan Informasi Kegiatan Wisata untuk Menarik Minat Wisatawan Berkunjung .....    | 46 |
| Gambar 24. Grafik Kemampuan Video yang Menampilkan Objek Wisata Curug Cilember dengan Informasi Kegiatan Wisata untuk Menarik Minat Wisatawan Berkunjung .....   | 46 |
| Gambar 25. Grafik Foto yang Menampilkan Fasilitas Penginapan di Objek Wisata Curug Cilember dengan Informasi Harga untuk Menarik Minat Wisatawan Berkunjung..... | 47 |

|  |    |
|--|----|
| Gambar 26. Grafik Video yang Menampilkan Fasilitas Penginapan di Objek Wisata Curug Cilember dengan Informasi Harga untuk Menarik Minat Wisatawan Berkunjung.....                | 47 |
| Gambar 27. Grafik Pengambilan Tindakan dalam Membuat Rencana Kunjungan Wisata ke Curug Cilember setelah Mendapat Informasi dari Instagram. ....                                  | 48 |
| gambar 28. Grafik Tindakan Pembelian Tiket Wisata secara Online oleh Wisatawan dalam Pengambilan Keputusan Berkunjung ke Objek Wisata Curug Cilember.....                        | 49 |
| Gambar 29. Grafik Foto yang Menampilkan Objek Wisata dengan Kegiatan Wisata menjadi Alasan Pengambilan Keputusan Berkunjung Wisatawan .....                                      | 49 |
| Gambar 30. Grafik Video yang Menampilkan Objek Wisata dengan Kegiatan Wisata menjadi Alasan Pengambilan Keputusan Berkunjung Wisatawan .....                                     | 50 |
| Gambar 31. Grafik Foto yang Menampilkan Fasilitas Penginapan di Curug Cilember dengan Informasi Harga menjadi Alasan Pengambilan Keputusan Berkunjung Wisatawan .....            | 50 |
| Gambar 32. Grafik Video yang Menampilkan Fasilitas Penginapan di Curug Cilember dengan Informasi Harga menjadi Alasan Pengambilan Keputusan Berkunjung Wisatawan ..              | 51 |
| Gambar 33. Grafik Gambaran Perjalanan berupa Jarak pada Informasi Lokasi (Geolocation) pada Unggahan Objek Wisata menjadi Alasan Pengambilan Keputusan Berkunjung Wisatawan..... | 51 |
| Gambar 34. Grafik Kepuasan Wisatawan setelah Berkunjung ke Objek Wisata Curug Cilember. ....   | 52 |
| Gambar 35. Grafik Kepuasan Berkunjung Wisatawan karena Objek Wisata Curug Cilember Sesuai dengan Unggahan di Instagram.....  | 52 |
| Gambar 36. Grafik Minat Kunjungan Ulang Wisatawan ke Objek Wisata Curug Cilember .....   | 53 |
| Gambar 37. Grafik Tahap Attention.....   | 57 |

## DAFTAR RUMUS

Rumus 1. Rumus Menghitung Presentase .....28



## DAFTAR LAMPIRAN

|  |     |
|--|-----|
| Lampiran 1. Instrumen Penelitian .....   | 84  |
| Lampiran 2. Data Hasil Penelitian .....  | 96  |
| Lampiran 3. Data Tayangan Video, Komentar dan Insight Instagram Curug Cilember ..... | 111 |
| Lampiran 4. Pembelian Tiket Wisata Online .....                                      | 112 |
| Lampiran 5. Dokumentasi Penelitian oleh Peneliti.....                                | 113 |
| Lampiran 6. Surat Izin Penelitian.....   | 115 |
| Lampiran 7. Surat Balasan Izin Penelitian .....                                      | 116 |
| Lampiran 8. Data Kunjungan Wisatawan.....  | 117 |

