

**PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN
TIKTOK DALAM MENINGKATKAN MINAT
BERKUNJUNG WISATAWAN KE KEBUN RAYA
BOGOR**



Intelligentia - Dignitas

Disusun Oleh:

Najla Hanna Qonita 1409521061

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi syarat memperoleh gelar

Sarjana Terapan Pariwisata

Program Studi Usaha Perjalanan Wisata

Universitas Negeri Jakarta

Tahun 2025

ABSTRAK

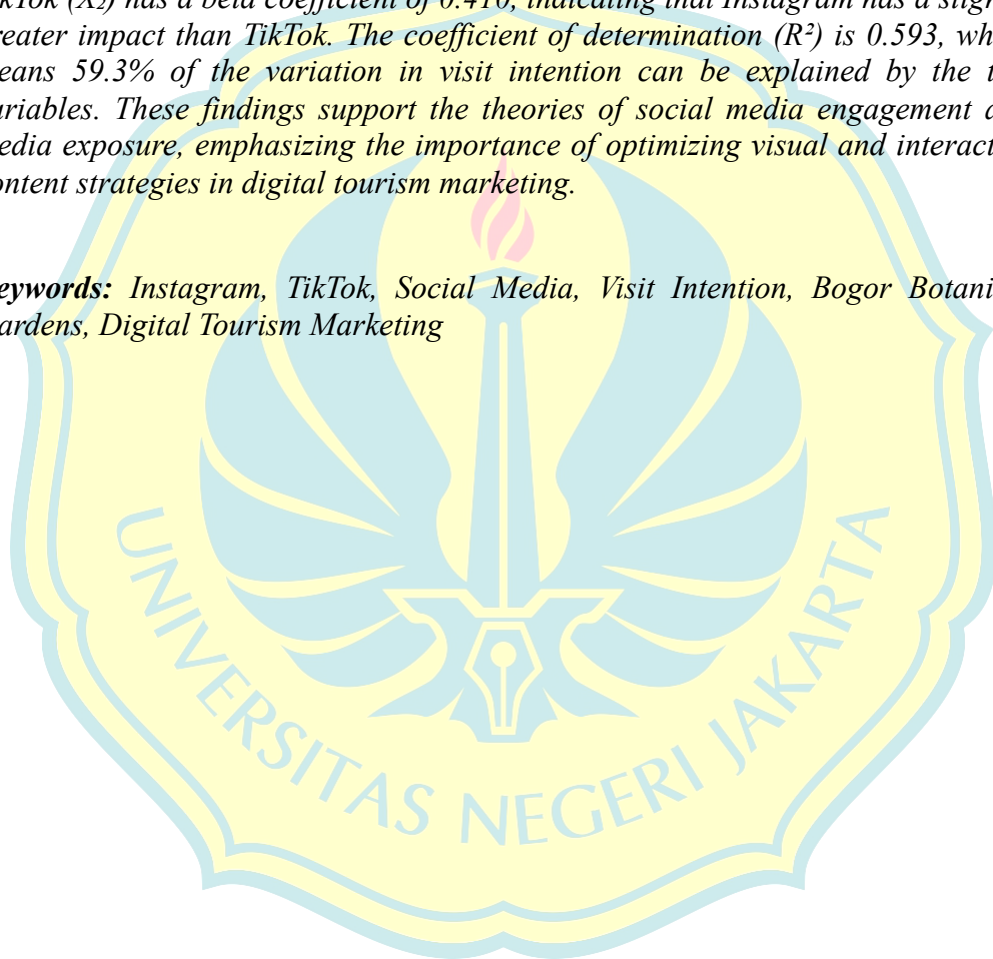
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media sosial Instagram dan TikTok terhadap minat berkunjung wisatawan ke Kebun Raya Bogor. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada tren penggunaan media sosial yang semakin meningkat, serta peran strategis media sosial sebagai alat promosi destinasi wisata digital. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier berganda. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik Instagram maupun TikTok memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan, dengan nilai signifikansi masing-masing $<0,001$ dan $0,001$. Variabel Instagram (X_1) memiliki nilai koefisien beta sebesar 0,442, sedangkan TikTok (X_2) sebesar 0,410, yang berarti Instagram memberikan pengaruh yang sedikit lebih besar dibandingkan TikTok. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,593 menunjukkan bahwa 59,3% variasi minat berkunjung dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut. Temuan ini memperkuat teori *social media engagement* dan media exposure, serta menegaskan pentingnya optimalisasi strategi konten visual dan interaktif dalam promosi pariwisata digital.

Kata Kunci: Instagram, TikTok, Media Sosial, Minat Berkunjung, Kebun Raya Bogor, Pemasaran Pariwisata Digital

ABSTRACT

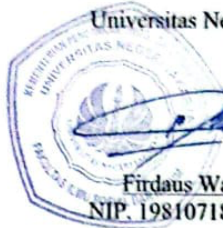
This study aims to determine the influence of Instagram and TikTok social media on tourists' visit intention to Bogor Botanical Gardens. The background of this research is based on the growing trend of social media usage and its strategic role as a tool for digital tourism promotion. The research method used is a quantitative approach with multiple linear regression analysis. The sample was selected using purposive sampling. The results show that both Instagram and TikTok significantly influence tourists' visit intention, with significance values of <0.001 and 0.001 , respectively. The Instagram variable (X_1) has a beta coefficient of 0.442 , while TikTok (X_2) has a beta coefficient of 0.410 , indicating that Instagram has a slightly greater impact than TikTok. The coefficient of determination (R^2) is 0.593 , which means 59.3% of the variation in visit intention can be explained by the two variables. These findings support the theories of social media engagement and media exposure, emphasizing the importance of optimizing visual and interactive content strategies in digital tourism marketing.

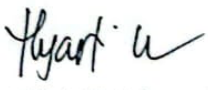
Keywords: Instagram, TikTok, Social Media, Visit Intention, Bogor Botanical Gardens, Digital Tourism Marketing



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
 Penanggung Jawab/ Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum
 Universitas Negeri Jakarta


 Firdaus Wajdi, Ph.D
 NIP. 198107182008011016

No	Nama	TTD	Tanggal
1.	Ketua Sidang		
	<u>Rinie Octaviany Hasan, M.Si., M.M.Par</u> NIP: 199010292022032003		15/7 2025
2.	Sekretaris		
	<u>Rezka Fedrina, S.ST.Par., M.M</u> NIP: 197602082008122001		15/7 2025
3.	Penguji Ahli I		
	<u>Hervanti Utami, S.ST.Par., M.M.Par</u> NIP: 197609102006042002		15/7 2025
4.	Pembimbing I		
	<u>Silvia, S.Pd., M.P.Par</u> NIP: 199009032024062001		15/7/25
5.	Pembimbing II		
	<u>Yosi Erfinda, S.ST., M.Par</u> NIP: 199106292022032009		15/7/25

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Najla Hanna Qonita
Program Studi : Usaha Perjalanan Wisata
NIM : 1409521061

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **Pengaruh Media Sosial Instagram dan Tiktok Dalam Meningkatkan Minat Berkunjung Wisatawan ke Kebun Raya Bogor** adalah hasil karya saya sendiri dan semua dari sumber baik yang dikutip maupun dirujuk oleh saya dinyatakan dengan benar. Apabila suatu saat nanti terbukti saya melakukan tindakan plagiat, maka saya akan menerima sanksi yang telah diterapkan. Demikian pernyataan ini saya buat sebenar-benarnya.

Jakarta, 3 Juli 2025

Yang membuat pernyataan



Najla Hanna Qonita

1409521061

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: 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 : Najla Hanna Qonita
NTM : 1409521061
Fakultas/Prodi : Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum/Usaha Perjalanan Wisata
Alamat Email : najlaahq@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 : Pengaruh Media Sosial Instagram dan Tiktok Dalam Meningkatkan Minat Berkunjung Wisatawan ke Kebun Raya Bogor

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, 17 Juli 2025

Penulis


3DEC9AMX431806999
(Najla Hanna Qonita)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan Kesehatan jasmani serta rohani sehingga penulis dapat mampu menyelesaikan Proposal penelitian yang berjudul “Pengaruh Media Sosial Instagram dan Tiktok Dalam Meningkatkan Minat Berkunjung Wisatawan ke Kebun Raya Bogor”.

Salah satu tujuan dari penelitian proposal ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Terapan Usaha Perjalanan Wisata. Selama proses penyusunan, penulis memperoleh berbagai dukungan yang sangat berharga dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar – besarnya kepada :

1. Ibu Revi Agustin Aisyianita, ,S.Hut.,M.Sc. selaku Koordinator Program Studi Diploma IV, Perjalanan Wisata, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta, atas segala bimbingan dan arahnya selama masa perkuliahan.
2. Ibu Silvia, S.Pd., M.P.Par. Selaku dosen pembimbing I yang selalu sabar, penuh perhatian memberi bimbingan, arahan, petunjuk dan saran dalam penulisan skripsi, sehingga penulis dapat memulai skripsi ini dengan arahan terbaik.
3. Ibu Yosi Erfinda, S.ST., M.Par selaku dosen pembimbing II yang tidak pernah lelah membimbing penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu.
4. Seluruh Dosen Prodi Usaha Perjalanan Wisata, yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Penulis mengucapkan terima kasih atas ilmu-

ilmu yang diberikan kepada penulis selama mengemban pendidikan di Program Studi Usaha Perjalanan Wisata.

5. Teristimewa kepada keluarga tercinta, Bapak Muhammad Warhan dan Ibu Dina Sulistyaningtias, adik tercinta Azka Hannayaka beserta keluarga besar yang selalu menjadi rumah terhangat dalam setiap langkah hidup penulis. Terima kasih yang tak terhingga atas cinta, doa yang tak pernah putus serta keyakinan yang begitu besar pada setiap pilihan dan mimpi-mimpi penulis.
6. Kepada mamah tersayang, Almh. Luruh Suhana yang telah lebih dulu berpulang dan tidak sempat melihat penulis menyelesaikan skripsi ini, semoga karya ini bisa menjadi kebanggaan mamah dari kejauhan.
7. Kepada semua teman dan sahabat baik dari dalam maupun luar kampus, terima kasih untuk kebersamaan, nasihat, serta energi positif yang selalu diberikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menjadi referensi bagi pihak yang membutuhkan.

Bogor, 3 Juli 2025

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
<i>ABSTRACT</i>	<i>iii</i>
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Akademisi	7
1.4.2 Manfaat Praktisi	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9

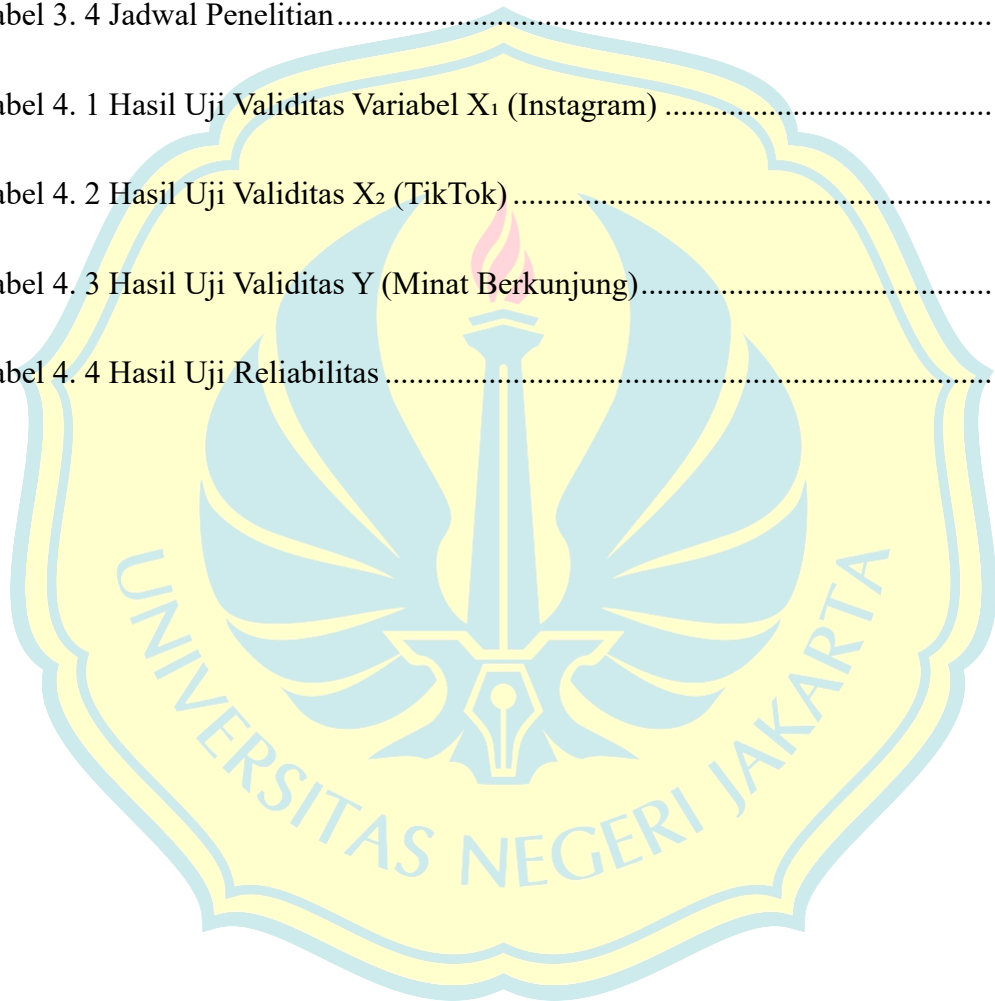
2.1 Kajian Teori.....	9
2.1.1 Media Sosial dan Pariwisata	9
2.1.1.1 Indikator Media Sosial	11
2.1.1.2 Pemasaran Media Sosial	13
2.1.2 Minat Berkunjung Wisatawan.....	15
2.1.2.1 Indikator Minat Berkunjung.....	16
2.1.3 Hubungan Media Sosial dengan Minat Berkunjung Wisatawan.....	18
2.1.4 Ekowisata	19
2.2 Kerangka Berpikir.....	21
2.3 Hipotesis Penelitian.....	21
BAB III METODE PENELITIAN.....	22
3.1 Pendekatan Penelitian	22
3.2 Objek Penelitian	23
3.3 Populasi dan Sampling.....	24
3.3.1 Populasi	24
3.3.2 Sampel.....	25
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	26
3.4 Metode Pengumpulan.....	27
3.4.1 Data Penelitian	27
3.4.2 Instrumen Penelitian.....	28
3.5 Definisi Operasional Variabel	30

3.6 Teknik Analisa Data	33
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	34
3.6.2 Uji Validitas.....	34
3.6.3 Uji Reliabilitas	36
3.6.4 Uji Asumsi Klasik	38
3.6.4.1 Uji Normalitas.....	38
3.6.4.2 Uji Multikolinearitas	38
3.6.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	39
3.6.5 Analisis Regresi Linear Berganda	40
3.6.6 Uji Hipotesis.....	41
3.6.6.1 Uji T (Parsial).....	42
3.6.6.2 Uji F (Simultan)	43
3.6.6.3 Koefisien Determinasi (R^2)	43
3.7 Jadwal Penelitian.....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Gambaran Umum Hasil Penelitian.....	46
4.2 Hasil Penelitian	52
4.2.1 Karakteristik Responden	52
4.2.2 Hasil Uji Instrumen	56
4.2.2.1 Hasil Uji Validitas	56
4.2.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	59
4.2.3 Hasil Uji Asumsi	61

4.2.3.1 Hasil Uji Normalitas	61
4.2.3.2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	62
4.2.3.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	63
4.2.4 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	65
4.2.5 Hasil Uji Hipotesis	67
4.2.5.1 Hasil Uji T (Parsial)	67
4.2.5.2 Hasil Uji F (Simultan).....	70
4.2.5.3 Koefisien Determinasi (R^2)	73
4.3 Pembahasan.....	76
4.3.1 Pembahasan Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Minat Berkunjung Wisatawan (X1).....	76
4.3.2 Pembahasan Pengaruh Media Sosial TikTok terhadap Minat Berkunjung Wisatawan (X2).....	77
4.3.3 Pembahasan Pengaruh Media Sosial Instagram dan TikTok terhadap Minat Berkunjung Wisatawan (X1 & X2 terhadap Y).....	78
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	81
5.1 Kesimpulan	81
5.2 Rekomendasi	82
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	87

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Uji Skala Likert	29
Tabel 3. 2 Desain Operasional Variabel	31
Tabel 3. 3 Interval Koefisien Korelasi	36
Tabel 3. 4 Jadwal Penelitian.....	45
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Variabel X ₁ (Instagram)	57
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas X ₂ (TikTok)	58
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Y (Minat Berkunjung).....	59
Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas	60



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Media Sosial, Instagram dan TikTok Tahun 2025	1
Gambar 1. 2 Akun Instagram dan Tiktok @kebunraya_id.....	3
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	21
Gambar 4. 1 Peta Kebun Raya Bogor	46
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Kebun Raya Bogor.....	48
Gambar 4. 3 Akun Instagram dan Tiktok @kebunraya_id.....	50
Gambar 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Gambar 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
Gambar 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	55
Gambar 4. 7 Hasil Uji Normalitas.....	61
Gambar 4. 8 Hasil Uji Multikolinearitas.....	63
Gambar 4. 9 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	64
Gambar 4. 10 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	65
Gambar 4. 11 Grafik Regresi Linear.....	67
Gambar 4. 12 Hasil Uji T (Parsial)	68
Gambar 4. 13 Hasil Uji F (Simultan).....	70
Gambar 4. 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	87
Lampiran 2 Tabulasi Data	92
Lampiran 3 Uji Validitas	98
Lampiran 4 r Tabel	99
Lampiran 5 Uji Reliabilitas.....	100
Lampiran 6 Uji Normalitas	101
Lampiran 7 Uji Multikolinearitas.....	101
Lampiran 8 Uji Heterokedastisitas.....	101
Lampiran 9 Analisis Regresi Berganda.....	102
Lampiran 10 Uji t (Parsial)	103
Lampiran 11 t Tabel	103
Lampiran 12 Uji f (Simultan).....	104
Lampiran 13 f Tabel	104
Lampiran 14 Koefisien Determinasi	105
Lampiran 15 Form Bimbingan Skripsi	105
Lampiran 16 Surat Permohonan Observasi.....	108
Lampiran 17 Email Permohonan Observasi dan Pengajuan Pertanyaan	109
Lampiran 18 Turnitin	109