

**ANALISIS PERBANDINGAN EFEKTIVITAS *INSTAGRAM*
DAN *TIKTOK* SEBAGAI MEDIA *DIGITAL MARKETING*
TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI
*ATLANTIS WATER ADVENTURE***



NOER ESA MULYA SAKTI

1605619013

**Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Olahraga**

**PROGRAM STUDI OLAHRAGA REKREASI
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN DAN KESEHATAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

JULI, 2026

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Nama

Tanda Tangan Tanggal

Pembimbing I

Dr. Aan Wasan, S.Sos., M.Si
NIP. 197112192005011001

 25/07/2026

Pembimbing II

Dr. Drs. Zulham, M.Si., MCE
NIP. 197203022005011002

 27/2/26

Nama

Jabatan Tanda Tangan Tanggal

Dr. Fajar Vidya Hartono, M.Pd
NIP. 198411272010121004

Ketua  27/26/07

Dr. Abdul Kholik, M.Pd
NIP. 197512282005011001

Sekretaris  27/7/26

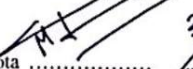
Dr. Aan Wasan, S.Sos., M.Si
NIP. 197112192005011001

Anggota  25/2026/07

Dr. Drs. Zulham, M.Si., MCE
NIP. 197203022005011002

Anggota  27/2/26

Dr. Masnur Ali, M.Pd
NIP. 199209012019031014

Anggota  25/26/8

Tanggal Lulus : 20 Juli 2026

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan dari pihak lain, kecuali arahan dari dosen pembimbing.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasi oranglain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena skripsi ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 14 Juli 2026

Yang membuat pernyataan,

A red rectangular stamp with a Garuda emblem at the top. The text inside the stamp reads "METER TEMPEL" and "2A0X091U5002". A handwritten signature in black ink is written over the stamp.

Noer Esa Mulya Sakti

NIM. 1605619013

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH



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

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 : Noer Esa Mulya Sakti
NIM : 1605619013
Fakultas/Prodi : Fakultas Ilmu Keolahragaan dan Kesehatan / Olahraga Rekreasi
Alamat email : noeresa20@gmail.com

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

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

yang berjudul :

ANALISIS PERBANDINGAN EFEKTIVITAS INSTAGRAM DAN TIKTOK SEBAGAI MEDIA
DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI
ATLANTIS WATER ADVENTURE

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan dan Kearsipan 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, 20 Juli 2026

Penulis


(Noer Esa Mulya Sakti)

ANALISIS PERBANDINGAN EFEKTIVITAS *INSTAGRAM* DAN *TIKTOK* SEBAGAI MEDIA *DIGITAL MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI *ATLANTIS WATER ADVENTURE*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membandingkan efektivitas Instagram Marketing dan TikTok Marketing sebagai media digital marketing terhadap keputusan berkunjung wisatawan di *Atlantis Water Adventure*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei terhadap 63 responden yang dipilih melalui teknik purposive sampling, dengan kriteria mengikuti akun Instagram dan/atau TikTok resmi *Atlantis Water Adventure*. Data dikumpulkan melalui kuesioner berskala Likert dan dianalisis menggunakan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan software SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram Marketing tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung (koefisien jalur = 0,251; T-statistics = 1,140; P-values = 0,254), sedangkan TikTok Marketing berpengaruh positif dan signifikan (koefisien jalur = 0,711; T-statistics = 3,296; P-values = 0,001). Secara simultan, kedua variabel mampu menjelaskan 92,0% variasi keputusan berkunjung (R-Square = 0,920), dengan TikTok Marketing sebagai kontributor dominan (f-square = 0,209) dibandingkan Instagram Marketing (f-square = 0,026). Temuan ini mengindikasikan bahwa konten video pendek di TikTok lebih efektif dalam mendorong keputusan berkunjung wisatawan dibandingkan konten Instagram pada periode penelitian ini. Penelitian ini juga menemukan indikasi tumpang tindih konseptual (validitas diskriminan) antara seluruh pasangan variabel, disertai multikolinearitas struktural yang serius, yang perlu menjadi perhatian pada penelitian selanjutnya. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi pengelola Atlantis Water Adventure dalam menyusun strategi promosi digital yang lebih tepat sasaran.

Kata Kunci: Instagram Marketing, TikTok Marketing, Keputusan Berkunjung, *Digital marketing*, PLS-SEM, *Atlantis Water Adventure*

**COMPARATIVE ANALYSIS OF THE EFFECTIVENESS OF INSTAGRAM
AND TIKTOK AS DIGITAL MARKETING MEDIA ON TOURISTS'
VISITING DECISIONS AT ATLANTIS WATER ADVENTURE**

ABSTRACT

This study aims to analyze and compare the effectiveness of Instagram Marketing and TikTok Marketing as digital marketing media on tourists' visiting decisions at Atlantis Water Adventure. A quantitative survey method was employed, involving 63 respondents selected through purposive sampling, with the inclusion criterion of following the official Instagram and/or TikTok account of Atlantis Water Adventure. Data were collected using a Likert-scale questionnaire and analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with SmartPLS 4 software. The results show that Instagram Marketing has no significant effect on visiting decisions (path coefficient = 0.251; T-statistics = 1.140; P-values = 0.254), whereas TikTok Marketing has a positive and significant effect (path coefficient = 0.711; T-statistics = 3.296; P-values = 0.001). Jointly, both variables explain 92.0% of the variance in visiting decisions (R-Square = 0.920), with TikTok Marketing as the dominant contributor (f-square = 0.209) compared to Instagram Marketing (f-square = 0.026). These findings indicate that short-video content on TikTok is more effective in driving tourists' visiting decisions than Instagram content during the study period. The study also identified discriminant validity concerns (conceptual overlap) across all construct pairs, along with serious structural multicollinearity, which warrants attention in future research. The findings are expected to serve as an evaluative basis for the management of Atlantis Water Adventure in formulating more targeted digital promotion strategies.

Keywords: Instagram Marketing, TikTok Marketing, Visiting Decision, Digital marketing, PLS-SEM, Atlantis Water Adventure.

Intelligentia - Dignitas

KATA PENGANTAR

Puji serta syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat hidayah dan kasih sayang-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini diajukan dengan judul “**Analisis Perbandingan Efektivitas Instagram dan TikTok sebagai Media *Digital marketing* Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di *Atlantis Water Adventure***”. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana (S1) Program Studi Olahraga Rekreasi Fakultas Ilmu Keolahragaan dan Kesehatan Universitas Negeri Jakarta.

Penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa dukungan serta bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu dengan rasa hormat peneliti mengucapkan terimakasih banyak kepada Bapak **Dr. Aan Wasan, S.Sos, M.Si** sebagai Dosen Pembimbing I, Bapak **Dr. Drs. Zulham, M.Si, MCE** selaku Dosen Pembimbing II sekaligus Pembimbing Akademik yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk saya dalam penyusunan skripsi ini.

Tidak lupa peneliti mengucapkan terimakasih banyak kepada orangtua serta keluarga, seluruh Dosen Fakultas Ilmu Keolahragaan dan Kesehatan, dan kepada seluruh teman-teman yang telah banyak membantu, mendukung dan kebersamaan dalam penulisan skripsi ini. Penulis sampaikan salam hormat yang tak terhingga.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga peneliti mengharapkan masukan yang sifatnya membimbing dari semua pihak. Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi para pembaca dan pengembangan ilmu pengetahuan keolahragaan.

Jakarta, 3 Juli 2026

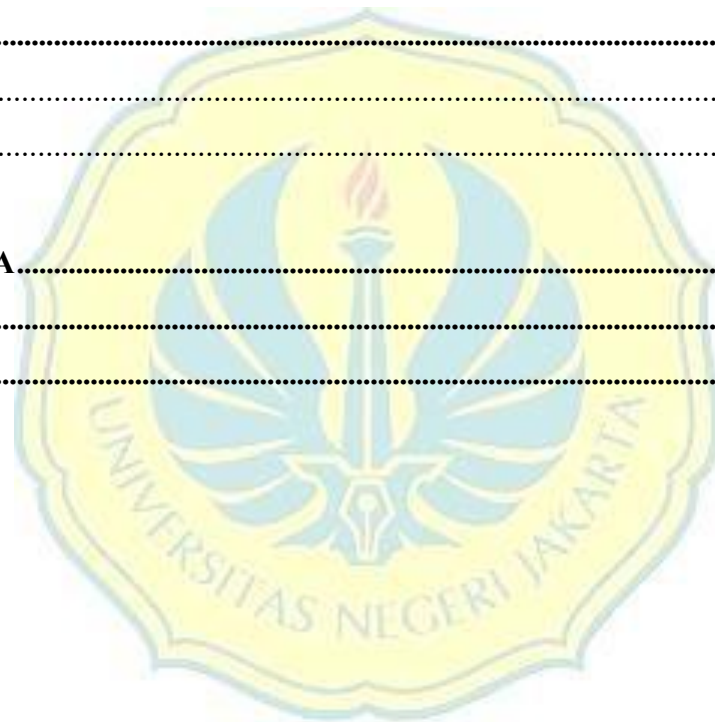
Noer Esa Mulya Sakti

1605619013

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	5
B. Identifikasi Masalah	9
C. Pembatasan Masalah	10
D. Perumusan Masalah	10
E. Tujuan Penelitian	10
F. Manfaat Penelitian	11
BAB II KAJIAN TEORETIK.....	8
A. Deskripsi konseptual	12
B. Kerangka Berpikir	21
C. Hipotesis Penelitian	27
BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Tempat dan Waktu Penelitian	29
B. Metode Penelitian	29
C. Populasi dan Sampel	29
D. Instrumen Penelitian	31
E. Teknik Pengumpulan Data	33

F. Teknik Analisis Data	33
G. Hipotesis Statistika	34
BAB IV	36
A. Hasil Penelitian.....	36
B. Pembahasan.....	46
BAB V	51
A. Kesimpulan	51
B. Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA.....	53
LAMPIRAN	55
RIWAYAT HIDUP	74



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	25
-------------------------------------	----



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Skala Likert.....	31
Tabel 3. 2 Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	32
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	36
Tabel 4. 3 Status Mengikuti Akun dan Status Kunjungan	37
Tabel 4. 4 Outer Loading Indikator Instagram Marketing (X)	38
Tabel 4. 5 Outer Loading Indikator TikTok Marketing (T)	38
Tabel 4. 6 Outer Loading Indikator Keputusan Berkunjung (Y).....	38
Tabel 4. 7 Average Variance Extracted (AVE)	40
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas.....	41
Tabel 4. 9 Kriteria Fornell-Larcker.....	41
Tabel 4. 10 Rasio Heterotrait-Monotrait.....	42
Tabel 4. 11 Nilai R-Square	43
Tabel 4. 12 Nilai F-Square.....	43
Tabel 4. 13 Ringkasan Model Fit.....	45
Tabel 4. 14 Hasil Pengujian Hipotesis (Path Coefficient)	46

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Penelitian	56
Lampiran 2 Lembar Persetujuan Sidang Skripsi	57
Lampiran 3 Surat Keterangan Selesai Riset	58
Lampiran 4 Sertifikat Riset.....	59
Lampiran 5 Kuisioner Penelitian	60
Lampiran 6 Data Mentah.....	65
Lampiran 7 Dokumentasi Penelitian	72



Intelligentia - Dignitas