



PENGEMBANGAN KONTEN INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI PAKET WISATA EDUKASI URBAN FARMING CENTER PURWAKARTA

NURAHMA FAUZIAH

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak mengulik kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



**MANAJEMEN AGRIBISNIS
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN PROYEK AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan proyek akhir dengan judul “Pengembangan Konten Instagram dalam Meningkatkan Minat Beli Paket Wisata Edukasi Urban Farming Center Purwakarta” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan proyek akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2025

Nurahma Fauziah
J1310211035

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak mengulik kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



ABSTRAK

NURAHMA FAUZIAH. Pengembangan Konten Instagram dalam Meningkatkan Minat Beli Paket Wisata Edukasi Urban Farming Center Purwakarta. Dibimbing oleh WARCITO.

Penelitian ini menganalisis pengembangan konten Instagram dalam meningkatkan minat beli paket wisata edukasi di Urban Farming Center (UFC) Purwakarta, didasari rendahnya pemanfaatan Instagram sebagai sarana promosi meski berpotensi besar menjangkau konsumen, terutama pelajar dan keluarga. Studi ini menggunakan teori perilaku konsumen serta pendekatan 4C (*Context, Communication, Connection, Collaboration*), dengan metode kuantitatif melalui survei 109 responden pengguna Instagram yang telah melihat akun @urbanfarmingcenter. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap minat beli, serta analisis *R/C Ratio* untuk menilai dampak finansial promosi. Hasil menunjukkan keempat variabel 4C berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, dan optimalisasi konten Instagram meningkatkan *R/C Ratio* menjadi >1 , menandakan usaha menjadi lebih layak secara finansial. Hal ini menunjukkan strategi konten berbasis 4C mampu meningkatkan minat beli dan keuntungan, serta merekomendasikan UFC untuk membuat SOP media sosial, mengadakan pelatihan digital marketing, dan rutin melakukan monitoring serta evaluasi

Kata kunci: 4C, Instagram, minat beli, promosi digital, *R/C Ratio*, wisata edukasi

ABSTRACT

NURAHMA FAUZIAH. Developing Instagram Content to Increase Purchase Interest in Educational Tourism Packages at the Urban Farming Center Purwakarta. Supervised by WARCITO.

This study examines the development of Instagram content and its influence on consumers' purchase intention for educational tour packages at Urban Farming Center (UFC) Purwakarta, driven by the platform's underuse despite its strong potential to reach students and families. Grounded in consumer behavior theory and the 4C framework (Context, Communication, Connection, Collaboration), the research employed a quantitative survey of 109 Instagram users who had viewed the @urbanfarmingcenter account. Data analysis using multiple linear regression and the R/C Ratio revealed that all four 4C variables significantly and positively affected purchase intention. Optimizing Instagram content increased the R/C Ratio to above 1, indicating greater financial viability. The findings suggest that a 4C-based content strategy can enhance purchase intention and profitability, recommending that UFC establish social media SOPs, provide digital marketing training, and implement regular monitoring and evaluation.

Keywords: 4C, digital promotion, educational tourism, Instagram, purchase intention, *R/C Ratio*



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak mengurangi kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.



PENGEMBANGAN KONTEN INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI PAKET WISATA EDUKASI URBAN FARMING CENTER PURWAKARTA

NURAHMA FAUZIAH

Laporan Proyek Akhir
Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Terapan pada
Program Studi Manajemen Agribisnis

**MANAJEMEN AGRIBISNIS
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak mengulik kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak mengulik kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



Judul Proyek Akhir : Pengembangan Konten Instagram dalam Meningkatkan Minat Beli Paket Wisata Edukasi Urban Farming Center Purwakarta
Nama : Nurahma Fauziah
NIM : J1310211035

Disetujui oleh

Pembimbing:
Dr. Warcito, S.P., M.M.

Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Intani Dewi, S.Pt., M.Sc., M.Si.
NPI. 201811198309142016

Dekan Sekolah Vokasi:
Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T.
NIP. 196607171992031003

Tanggal Ujian: 12 Juli 2025

Tanggal Lulus:



PRAKATA

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanahu wa ta'ala atas segala Rahmat, hidayah, serta karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan tepat pada waktunya. Judul yang dipilih yang dilaksanakan di PT East West Seed Indonesia sejak bulan Juli hingga Desember tahun 2025 yaitu “Pengembangan Konten Instagram dalam Meningkatkan Minat Beli Paket Wisata Edukasi Urban Farming Center Purwakarta”.

Tugas Akhir ini tidak mungkin tersusun tanpa bantuan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak yang telah memberikan kontribusi, baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu, dengan penuh rasa hormat dan tulus, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada almarhumah ibu, Atik Rita Khayani, yang meskipun telah tiada, kasih sayang, doa, dan semangat yang beliau tanamkan senantiasa menjadi cahaya dan penguat dalam setiap Langkah, kepada ayah, Bapak Ade Sumarna, terima kasih atas cinta, dukungan, dan pengorbanan yang tak terukur selama ini. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Bapak Dr. Warcito, S.P., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan kesabarannya dalam memberikan arahan serta masukan yang sangat berharga selama proses penyusunan skripsi ini. Penulis juga ingin menyampaikan terima kasih yang mendalam kepada kedua kakak penulis, Novi Octaviani dan Muhamad Faisal, atas dukungan yang terus mengalir, baik secara materiil maupun moril, yang menjadi dorongan kuat untuk terus maju dan menyelesaikan tanggung jawab akademik ini. Tak lupa, rasa terima kasih juga penulis tujuhan kepada orang terdekat, yaitu Isma Nurjanah, Alsha Az-Zukhruf, Kaisa Yusri Aghni, Pitri Alya Nur'aini, Shella Oliviana Andora dan Elvira Diva Sopianti, yang senantiasa memberikan semangat, motivasi, serta menemani perjalanan panjang ini dengan tulus.

Penulis menyadari bahwa karya ilmiah ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala bentuk kritik dan saran yang membangun akan sangat penulis hargai demi perbaikan di masa mendatang. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat, baik bagi penulis maupun bagi pembaca yang membutuhkan.

Bogor, Juli 2025

Nurahma Fauziah



| | |
|-------------------------------------------------------------------------------|------|
| DAFTAR TABEL | viii |
| DAFTAR GAMBAR | viii |
| DAFTAR LAMPIRAN | ix |
| I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 5 |
| 1.3 Tujuan | 5 |
| 1.4 Ruang Lingkup | 5 |
| II TINJAUAN PUSTAKA | 6 |
| 2.1 Pengembangan Pemasaran dengan Penggunaan Instagram | 6 |
| 2.2 Analisis STP | 8 |
| 2.3 Minat Beli Paket Wisata | 9 |
| 2.4 Penelitian Terdahulu | 9 |
| 2.5 Kerangka Pemikiran Konseptual | 10 |
| 2.6 Hipotesis Penelitian | 13 |
| III METODE | 15 |
| 3.1 Lokasi dan Waktu PKL | 15 |
| 3.2 Jenis dan Sumber Data | 15 |
| 3.3 Teknik Pengumpulan Data dan Analisis Data | 15 |
| 3.4 Metode Analisis Data | 16 |
| 3.5 Analisis <i>R/C ratio</i> | 18 |
| IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 20 |
| 4.2 Karakteristik Konsumen Pengguna Instagram Urban Farming Center Purwakarta | 23 |
| 4.3 Pengembangan Media Sosial Instagram | 34 |
| 4.4 Implikasi Manajerial Urban Farming Center Purwakarta | 49 |
| 4.5 Analisis <i>R/C Ratio</i> | 50 |
| V SIMPULAN DAN SARAN | 53 |
| 5.1 Simpulan | 53 |
| 5.2 Saran | 53 |
| DAFTAR PUSTAKA | 54 |
| LAMPIRAN | 57 |
| RIWAYAT HIDUP | 64 |



| | | |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1 | Potensi wisata edukasi di Kabupaten Purwakarta tahun 2024 | 1 |
| 2 | Data jumlah pengunjung UFC tahun 2024 | 3 |
| 3 | Jumlah pengguna sosial media tahun 2024 | 4 |
| 4 | Definisi operasional variabel | 12 |
| 5 | Paket wisata edukasi UFC tahun 2025 | 22 |
| 6 | Hasil uji validitas <i>context</i> | 24 |
| 7 | Hasil uji validitas <i>communication</i> | 24 |
| 8 | Hasil uji validitas <i>connection</i> | 25 |
| 9 | Hasil uji validitas <i>collaboration</i> | 25 |
| 10 | Hasil uji validitas minat beli | 25 |
| 11 | Uji reliabilitas | 26 |
| 12 | Kategori Tingkat Capaian Responden (TCR) | 29 |
| 13 | Hasil analisis statistik deskriptif variabel <i>context</i> (X1) tahun 2025 | 30 |
| 14 | Hasil analisis statistik deskriptif variabel <i>communication</i> (X2) tahun 2025 | 30 |
| 15 | Hasil analisis statistik sdeskriptif variabel <i>connection</i> (X3) tahun 2025 | 31 |
| 16 | Hasil analisis statistik deskriptif variabel <i>collaboration</i> (X4) tahun 2025 | 32 |
| 17 | Hasil analisis statistik deskriptif variabel minat beli (Y) tahun 2025 | 33 |
| 18 | Hasil uji regresi linier berganda tahun 2025 | 45 |
| 19 | Hasil uji normalitas tahun 2025 | 46 |
| 20 | Hasil uji multikolinearitas tahun 2025 | 47 |
| 21 | Hasil uji T (Parsial) tahun 2025 | 48 |
| 22 | Hasil uji koefisien determinasi R-Square tahun 2025 | 48 |
| 23 | Implikasi manajerial perusahaan tahun 2025 | 49 |
| 24 | Hasil perhitungan <i>R/C ratio</i> sebelum dan sesudah optimalisasi Instagram UFC tahun 2025 | 51 |

DAFTAR TABEL

| | | |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1 | Potensi wisata edukasi di Kabupaten Purwakarta tahun 2024 | 1 |
| 2 | Data jumlah pengunjung UFC tahun 2024 | 3 |
| 3 | Jumlah pengguna sosial media tahun 2024 | 4 |
| 4 | Definisi operasional variabel | 12 |
| 5 | Paket wisata edukasi UFC tahun 2025 | 22 |
| 6 | Hasil uji validitas <i>context</i> | 24 |
| 7 | Hasil uji validitas <i>communication</i> | 24 |
| 8 | Hasil uji validitas <i>connection</i> | 25 |
| 9 | Hasil uji validitas <i>collaboration</i> | 25 |
| 10 | Hasil uji validitas minat beli | 25 |
| 11 | Uji reliabilitas | 26 |
| 12 | Kategori Tingkat Capaian Responden (TCR) | 29 |
| 13 | Hasil analisis statistik deskriptif variabel <i>context</i> (X1) tahun 2025 | 30 |
| 14 | Hasil analisis statistik deskriptif variabel <i>communication</i> (X2) tahun 2025 | 30 |
| 15 | Hasil analisis statistik sdeskriptif variabel <i>connection</i> (X3) tahun 2025 | 31 |
| 16 | Hasil analisis statistik deskriptif variabel <i>collaboration</i> (X4) tahun 2025 | 32 |
| 17 | Hasil analisis statistik deskriptif variabel minat beli (Y) tahun 2025 | 33 |
| 18 | Hasil uji regresi linier berganda tahun 2025 | 45 |
| 19 | Hasil uji normalitas tahun 2025 | 46 |
| 20 | Hasil uji multikolinearitas tahun 2025 | 47 |
| 21 | Hasil uji T (Parsial) tahun 2025 | 48 |
| 22 | Hasil uji koefisien determinasi R-Square tahun 2025 | 48 |
| 23 | Implikasi manajerial perusahaan tahun 2025 | 49 |
| 24 | Hasil perhitungan <i>R/C ratio</i> sebelum dan sesudah optimalisasi Instagram UFC tahun 2025 | 51 |

DAFTAR GAMBAR

| | | |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1 | Kerangka pemikiran konseptual | 11 |
| 2 | Kerangka berpikir teoritis hubungan antara <i>context</i> , <i>communication</i> , <i>connection</i> , <i>collaboration</i> terhadap minat beli | 14 |
| 3 | Struktur organisasi Urban Farming Center | 21 |
| 4 | Karakteristik jenis kelamin responden Instagram UFC tahun 2025 | 26 |
| 5 | Karakteristik usia responden Instagram UFC tahun 2025 | 27 |
| 6 | Karakteristik domisili responden Instagram UFC tahun 2025 | 27 |
| 7 | Karakteristik pendidikan responden Instagram UFC tahun 2025 | 28 |
| 8 | Karakteristik pekerjaan responden Instagram UFC tahun 2025 | 28 |
| 9 | Karakteristik pendapatan responden Instagram UFC tahun 2025 | 29 |
| 10 | Profil Instagram UFC | 34 |
| 11 | Contoh alternatif hasil pengambilan foto kegiatan UFC tahun 2025 | 35 |
| 12 | Contoh alternatif hasil video kegiatan UFC tahun 2025 | 35 |
| 13 | Proses <i>editing</i> foto dan video | 36 |
| 14 | Akun Instagram UFC setelah optimalisasi | 36 |
| 15 | Contoh alternatif konten edukasi UFC | 37 |
| 16 | Contoh alternatif konten informasi | 38 |
| 17 | Contoh alternatif konten promosi Instagram UFC | 38 |

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyeberukkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak mengulik kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



| | | |
|----|----------------------------------------------------------------------|----|
| 18 | Fitur story Instagram UFC | 39 |
| 19 | Fitur highlight Instagram UFC | 40 |
| 20 | Bio Instagram UFC | 40 |
| 21 | Jangkauan Instagram (Februari 2025) | 41 |
| 22 | Aktivitas profil Instagram (Februari 2025) | 42 |
| 23 | Jangkauan konten Instagram (Februari 2025) | 42 |
| 24 | Top konten Instagram (Februari 2025) | 43 |
| 25 | Akun yang berinteraksi setelah pengembangan (Februari 2025) | 43 |
| 26 | Akun yang berinteraksi sebelum melakukan pengembangan (Januari 2025) | 44 |
| 27 | Hasil uji heterodastisitas | 47 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | | |
|---|----------------------|----|
| 1 | Kuesioner Penelitian | 58 |
| 2 | Insight Instagram | 62 |
| 3 | Konten Instagram | 63 |

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak mengulik kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.