



PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN KE KEBUN ANGGUR BAKUNG CIGENTUR

SYIFA AYU KAMILA



**MANAJEMEN AGRIBISNIS
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**

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

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan proyek akhir dengan judul “Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan ke Kebun Anggur Bakung Cigentur” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun 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 2024

Syifa Ayu Kamila
J1310201048

@Hak cipta milik IPB University

IPB University



ABSTRAK

SYIFA AYU KAMILA. Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan ke Kebun Anggur Bakung Cigentur. Dibimbing oleh FEBRIANTINA DEWI.

Kebun Anggur Bakung Cigentur merupakan perusahaan yang bergerak dalam sektor pariwisata. Fokus utama perusahaan adalah wisata petik buah anggur yang sudah matang. Namun setiap bulannya mengalami jumlah kunjungan yang kurang signifikan dan mengalami penurunan pengunjung. Media sosial salah satu sarana yang paling mudah digunakan dan dimanfaatkan sebagai salah satu media pemasaran. Tujuan penelitian ini mendeskripsikan gambaran umum perusahaan, mengidentifikasi karakteristik responden, menganalisis pengaruh media sosial Facebook dan Instagram terhadap minat berkunjung wisatawan, menganalisis pendapatan sebelum dan sesudah adanya media sosial. Batasan penelitian ini hanya mengukur variabel media sosial Facebook dan Instagram. Metode pengambilan sampel yaitu dengan *Purposive Non Probability Sampling* yang diperoleh 95 responden. Metode analisis, analisis regresi linier berganda dengan data berskala ordinal yang ditransformasikan menjadi data interval dan analisis finansial menggunakan R/C rasio. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial yang paling berpengaruh positif dan menyatakan bahwa adanya peningkatan minat berkunjung yaitu media sosial instagram. Besaran pengaruh media sosial terhadap minat berkunjung sebesar 52,1%. Nilai R/C rasio sebelum penerapan media sosial sebesar 1,4 menjadi sesudah sebesar 1,6, maka penerapan ini dikatakan layak.

Kata kunci: media sosial, minat berkunjung, regresi linier berganda, agrowisata.

ABSTRACT

SYIFA AYU KAMILA. The Influence of Social Media on Tourists' Interest in Visiting the Bakung Cigentur Vineyard. Supervised by FEBRIANTINA DEWI.

Bakung Cigentur Vineyard is a company engaged in tourism. The main focus of the Company is ripe grape picking tourism. However, every month the number of visits is less significant and there is a decrease in visitors. Social media is one of the easiest tools to use and utilize as a marketing medium. The purpose of this study is to describe the general description of the company, identify respondent characteristics, analyze the influence of Facebook and Instagram social media on tourist interest in visiting, analyze income before and after the existence of social media. The limitations of this study only measure the variables of Facebook and Instagram social media. The sampling method is Purposive Non Probability Sampling which obtained 95 respondents. The analysis method, multiple linear regression analysis and financial analysis using the R/C ratio. The results of the study showed that social media that had most positive influence and stated that there was an increase in interest in visiting was Instagram social media. The magnitude of the influence of social media on interest in visiting was 52.1%. R/C ratio value before implementation of social media was 1.4 to 1.6 so that this implementation was said to be feasible.

Keywords: social media, visiting interest, multiple linear regression, agrotourism.



Judul Proyek Akhir : Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung
Wisatawan ke Kebun Anggur Bakung Cigentur
Nama : Syifa Ayu Kamila
NIM : J1310201048

Disetujui oleh

Pembimbing:
Febriantina Dewi, S.E., M.M., M.Sc.

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: 31 Juli 2024

Tanggal Lulus:

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



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Agustus 2023 sampai bulan Januari 2024 dengan judul “Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan ke Kebun Anggur Bakung Cigentur”.

Terima kasih penulis ucapkan kepada pembimbing Febriantina Dewi, S.E., M.M., M.Sc. yang telah membimbing dan banyak memberi saran. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pembimbing akademik Dr. Ir. Anita Ristianingrum, M.Si, moderator seminar Ir. Wien Kuntari, M.Si, dan penguji Safira Fathin, S.E., M.Sc. Di samping itu, penghargaan penulis sampaikan kepada Kebun Anggur Bakung Cigentur, yang telah membantu selama pengumpulan data. Ungkapan terima kasih juga disampaikan kepada ayah saya H. Ahmad Solihin, ibu saya Hj Kobtiah Halimah, serta seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan, doa, dan kasih sayang. Ucapan terima kasih juga kepada teman-teman sejawat dan teman terdekat yang telah memberikan masukan, saran, dan semangat.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juli 2024

Syifa Ayu Kamila

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Minat Berkunjung	6
2.2 Media Sosial	6
2.3 Jenis Media Sosial dan Karakteristik Media Sosial	7
2.4 Wisatawan	8
2.5 Agrowisata	8
2.6 Penelitian Terdahulu	9
2.7 Alur Penelitian	10
III METODE	12
3.1 Lokasi dan Waktu	12
3.2 Teknik Pengumpulan Data dan Analisis Data	12
3.3 Teknik Penarikan Sampel	13
3.4 <i>Method of Successive Interval</i> (MSI)	14
3.5 Uji Instrumen	15
3.6 Metode Analisis	15
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	20
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	20
4.2 Karakteristik Responden	25
4.3 Pengalaman Responden	28
4.4 Penilaian Media Sosial Facebook Kebun Anggur Bakung Cigentur	29
4.5 Penilaian Media Sosial Instagram Kebun Anggur Bakung Cigentur	30
4.6 Penilaian Minat Berkunjung Wisatawan ke Kebun Anggur Bakung Cigentur	32
4.7 Identifikasi Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan ke Kebun Anggur Bakung Cigentur	34
4.8 Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan ke Kebun Anggur Bakung Cigentur	40
4.9 Rekomendasi Berdasarkan Hasil Responden	41
4.10 Analisis Finansial	42
V SIMPULAN DAN SARAN	45
5.1 Simpulan	45
5.2 Saran	46
DAFTAR PUSTAKA	47
LAMPIRAN	50
RIWAYAT HIDUP	54

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



DAFTAR TABEL

1.1	Data tempat wisata dan jumlah pengunjung Kabupaten Bandung Timur pada tahun 2022	1
1.2	Data pengguna <i>platform</i> media sosial pada tahun 2023	2
1.3	Data pengunjung Kebun Anggur Bakung Cigentur 2022-2023	3
1.4	Data penjualan buah anggur pada tahun 2022-2023	4
2.1	Teknik pengumpulan data primer	12
2.2	Uji skala likert	13
3.1	Responden berdasarkan usia	25
3.2	Responden berdasarkan jenis kelamin	26
3.3	Responden berdasarkan pekerjaan	26
3.4	Responden berdasarkan tingkat pendapatan	27
3.5	Responden berdasarkan daerah tempat tinggal	27
3.6	Pengalaman responden berdasarkan kunjungan langsung	28
3.7	Pengalaman responden berdasarkan frekuensi waktu dalam media sosial	28
3.8	Pengalaman responden berdasarkan media sosial yang sering digunakan	28
3.9	Penilaian media sosial Facebook Kebun Anggur Bakung Cigentur	29
3.10	Penilaian media sosial Instagram Kebun Anggur Bakung Cigentur	31
3.11	Penilaian minat berkunjung wisatawan Kebun Anggur Bakung Cigentur	32
3.12	Uji reabilitas media sosial dan minat berkunjung	34
3.13	Hasil uji Shapiro-Wilk	35
3.14	Hasil uji multikolinearitas	36
3.15	Hasil regresi linier berganda	37
3.16	Hasil uji F	38
3.17	Hasil uji T	38
3.18	Hasil uji koefisien determinasi	39
3.19	Biaya tetap sebelum penerapan	42
3.20	Biaya tetap setelah penerapan	42
3.21	Biaya variabel setelah penerapan	43
3.22	Biaya variabel setelah penerapan	43
3.23	Total penerimaan sebelum dan sesudah penerapan	44
3.24	Analisis R/C Rasio	44

DAFTAR GAMBAR

2.1	Alur penelitian pengaruh media sosial terhadap minat berkunjung wisatawan ke Kebun Anggur Bakung Cigentur	11
3.1	Konsep pengujian hipotesis	17
4.1	Logo Kebun Anggur Bakung Cigentur	20
4.2	Struktur Organisasi Kebun Anggur Bakung Cigentur	21
4.3	Buah Anggur	21
4.4	Tabulampot Anggur Jupiter	22
4.5	Bibit Anggur	22
4.6	Entress Anggur	23
4.7	Pelatihan budidaya anggur	23
4.8	Hasil uji normalitas P-P Plot	35
4.9	Grafik Scatter Plot Hasil Uji Heterokedastisitas	36



DAFTAR LAMPIRAN

1 Hasil uji validitas	51
2 Media sosial instagram Kebun Anggur Bakung Cigentur	52

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