

KONTEN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI TERHADAP PENINGKATAN MINAT PEMBELIAN PAKET WISATA PADA SABILA FARM

ARDEA OLGA RATNA KUSUMA SARI



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

- 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.



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

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan proyek akhir dengan judul “Konten Instagram Sebagai Media Promosi Terhadap Peningkatan Minat Pembelian Paket Wisata Pada Sabila Farm” 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 akhir ini.

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

Bogor, Juli 2024

Ardea Olga Ratna Kusuma Sari
J0310201109

ABSTRAK

ARDEA OLGA RATNA KUSUMA SARI. Konten Instagram Sebagai Media Promosi Terhadap Peningkatan Minat Pembelian Paket Wisata Pada Sabila Farm. Dibimbing oleh SANITIANING ANGGRAINI.

Pada tahun 2023, jumlah pengunjung Sabila Farm meningkat 52,7% dibandingkan tahun 2022 setelah pandemi, namun masih 14,9% lebih rendah dibandingkan tahun 2019 sebelum pandemi. Penurunan ini menunjukkan perlunya strategi promosi yang lebih efektif untuk mengembalikan jumlah pengunjung ke tingkat pra-pandemi. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi karakteristik pengguna Instagram, menganalisis pengaruh media sosial terhadap minat beli, serta merumuskan implikasi manajerial. Selain itu, penelitian ini membandingkan efektivitas promosi Instagram dengan analisis *R/C Ratio* untuk mengevaluasi efisiensinya. Metode yang digunakan meliputi analisis statistik deskriptif, regresi linear berganda, elastisitas, dan *R/C Ratio* pada data dari 114 responden. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel *Context*, *Communication*, *Connection*, dan *Collaboration* secara signifikan meningkatkan minat beli dengan nilai signifikansi $< 0,05$. Peningkatan *R/C Ratio* menjadi 1,43, naik sebesar 0,43, mengindikasikan bahwa Instagram adalah alat promosi yang efektif. Temuan ini menunjukkan bahwa pemanfaatan Instagram secara optimal dapat meningkatkan jumlah pengunjung dan minat beli paket wisata di Sabila Farm.

Kata kunci: Instagram, minat beli, paket wisata, promosi.

ABSTRACT

ARDEA OLGA RATNA KUSUMA SARI. Instagram Content as Promotional Media to Increase Interest in Purchasing Tour Packages at Sabila Farm. Supervised by SANITIANING ANGGRAINI.

In 2023, the number of visitors to Sabila Farm increased by 52.7% compared to 2022 after the pandemic, but was still 14.9% lower than in 2019 before the pandemic. This decline indicates the need for a more effective promotional strategy to return visitor numbers to pre-pandemic levels. This study aims to identify the characteristics of Instagram users, analyze the influence of social media on purchase intention, and formulate managerial implications. In addition, this study compares the effectiveness of Instagram promotion with *R/C Ratio* analysis to evaluate its efficiency. The methods used include descriptive statistical analysis, multiple linear regression, elasticity, and *R/C Ratio* on data from 114 respondents. The analysis results show that the *Context*, *Communication*, *Connection*, and *Collaboration* variables significantly increase purchase intention with a significance value < 0.05 . The increase in *R/C Ratio* to 1.43, an increase of 0.43, indicates that Instagram is an effective promotional tool. This finding shows that optimal utilization of Instagram can increase the number of visitors and buying interest in tour packages at Sabila Farm.

Keywords: Instagram, purchase intention, tour packages, promotion.



Nama
NIM

@Hak cipta milik IPB University

Judul Proyek Akhir : Konten Instagram Sebagai Media Promosi Terhadap Peningkatan Minat Pembelian Paket Wisata Pada Sabila Farm
Nama : Ardea Olga Ratna Kusuma Sari
NIM : J0310201109

Disetujui oleh

Pembimbing :
Dr. Sanitarianing Anggraini, 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: 4 Juli 2024

Tanggal Lulus:

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 ini ialah Promosi Melalui Media Sosial Instagram, dengan judul “Konten Instagram Sebagai Media Promosi Terhadap Peningkatan Minat Pembelian Paket Wisata Pada Sabila Farm”.

Terima kasih penulis ucapkan kepada kedua orang tua dan seluruh keluarga besar atas doa dan kasih sayang serta dukungan yang terus mengalir dari masuk ke dunia perkuliahan hingga saat ini menyelesaikan laporan proyek akhir ini. Ucapan terima kasih juga penuli sampaikan kepada dosen pembimbing, Ibu Dr. Sanitarianing Anggraini, SP.MM. , yang telah memberikan bimbingan, doa, waktu, tenaga, serta masukan sehingga penulis bisa menyelesaikan laporan proyek akhir ini. Terima kasih juga kepada Ibu Dr. Veralianta Br Sebayang, SP., M.Si. selaku dosen penguji atas arahan dan masukannya. Disamping itu juga penulis sampaikan kepada seluruh dosen Program Studi Manajemen Agribisnis dan pihak akademik Sekolah Vokasi IPB. Ungkapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Bapak Ir.(HC) M. Gunung Soetopo dan Ibu Ir. Elly Mulyati selaku pemilik Sabila Farm, serta pembimbing lapang di Sabila Farm Ibu Sabila Ayu Bestari, S.E. dan Ibu Nanda Dwi Puspita, S.P. yang telah memberikan arahan dan bimbingan serta membantu selama pengumpulan data. Terima kasih kepada sahabat – sahabat saya yang senantiasa selalu memberikan semangat, dukungan, doa, dan waktunya selama proses pengerjaan laporan proyek akhir. Terakhir, penulis ucapkan terima kasih kepada diri sendiri yang telah bertahan dan terus berjuang untuk bisa menyelesaikan apa yang telah dimulai dan terus melawan rasa takut.

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

Bogor, Juli 2024

Ardea Olga Ratna Kusuma Sari

DAFTAR ISI

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	6
1.4 Manfaat	6
1.5 Ruang Lingkup	6
II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Optimalisasi Pemasaran dengan Penggunaan Instagram	7
2.2 Analisis STP	9
2.3 Minat Beli Paket Wisata	10
2.4 Kerangka Pemikiran	11
2.5 Hipotesis Penelitian	14
III METODE	16
3.1 Diagram Alur Penelitian	16
3.2 Lokasi dan Waktu Magang Industri	17
3.3 Teknik Pengumpulan Data	17
3.4 Populasi dan Sampel	17
3.5 Metode Analisis	18
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	22
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	22
4.2 Karakteristik Konsumen Pengguna Instagram Sabila Farm	25
4.3 Pengaruh Media Sosial Instagram	33
4.4 Implikasi Manajerial Perusahaan	48
4.5 Analisis R/C Ratio	51
V SIMPULAN DAN SARAN	54
5.1 Simpulan	54
5.2 Saran	55
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN	59
RIWAYAT HIDUP	73



DAFTAR TABEL

1	Konsumen potensial Sabila Farm	4
2	Definisi operasional variabel	13
3	Paket grup wisata Sabila Farm 2023	24
4	Layanan <i>on the spot</i> Sabila Farm	25
5	Hasil uji validitas <i>context</i>	26
6	Hasil uji validitas <i>communication</i>	26
7	Hasil uji validitas <i>connection</i>	26
8	Hasil uji validitas <i>collaboration</i>	27
9	Hasil uji validitas minat beli	27
10	Uji reliabilitas	27
11	Karakteristik responden berdasar jenis kelamin	28
12	Karakteristik responden berdasar usia	28
13	Karakteristik responden berdasar domisili	29
14	Karakteristik responden berdasar pendidikan terakhir	29
15	Karakteristik responden berdasar pekerjaan	30
16	Rekapitulasi jawaban responden variabel <i>context</i> (X1)	30
17	Rekapitulasi jawaban responden variabel <i>communication</i> (X2)	31
18	Rekapitulasi jawaban responden variabel <i>connection</i> (X3)	32
19	Rekapitulasi jawaban responden variabel <i>collaboration</i> (X4)	32
20	Rekapitulasi jawaban responden variabel minat beli (Y)	33
21	Hasil uji analisis linear berganda	43
22	Hasil uji normalitas	44
23	Hasil uji multikolinearitas	44
24	Hasil uji T parsial	45
25	Uji koefisien determinasi	46
26	Hasil analisis elastisitas 4C terhadap minat beli	48
27	Implikasi manajerial perusahaan	49
28	Perhitungan penerimaan dan pengeluaran September – Oktober 2023	51
29	Perhitungan penerimaan dan pengeluaran November – Desember 2023	52
30	Perhitungan R/C <i>ratio</i> sebelum dan sesudah dilakukannya penelitian	52

DAFTAR GAMBAR

1	Perkembangan kunjungan wisatawan mancanegara di DIY	1
2	Perjalanan wisatawan domestik tahun 2019 – 2022	1
3	Media sosial yang paling populer di Indonesia (Januari 2024)	2
4	Pengguna Instagram di Indonesia tahun 2020 - 2024 per Januari	3
5	Jumlah pengunjung Sabila Farm tahun 2019 - 2023	3
6	Kerangka pemikiran dengan menggunakan regresi linear berganda, elastisitas, dan finansial	12
7	Kerangka berpikir teoritis	14
8	Diagram alur penelitian dengan menggunakan regresi linear berganda dan finansial	16

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.

9	Struktur organisasi Sabila Farm 2023	22
10	Profil akun instagram Sabila Farm pada 18 Agustus 2023	34
11	Hasil pengambilan foto dan video produk paket wisata Sabila Farm	34
12	Proses <i>editing</i> foto dan video	35
13	Akun instagram setelah melakukan optimalisasi (Mei 2024)	35
14	Contoh alternatif konten edukasi	36
15	Contoh alternatif konten informasi	37
16	Contoh alternatif konten testimoni	37
17	Contoh alternatif konten promosi	38
18	Contoh <i>instagram story</i> Sabila Farm	38
19	<i>Highlight</i> akun instagram Sabila Farm	39
20	Bio akun instagram Sabila Farm	39
21	Contoh <i>caption</i> dan <i>hashtag</i> akun instagram Sabila Farm	40
22	Jangkauan instagram Sabila Farm (April 2024 – Mei 2024)	41
23	Aktivitas profil Instagram	41
24	Jangkauan konten (April 2024 – Mei 2024)	41
25	Akun yang berinteraksi	42
26	Hasil uji heteroskedastisitas	45

DAFTAR LAMPIRAN

1	Kuisioner penelitian	60
2	Insight Instagram	64
3	Uji Validitas	65
4	Uji Reliabilitas	69
5	Perhitungan Elastisitas 4C	70
6	Dokumentasi Penelitian	71