

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
ABSTRAK	iii
RINGKESAN	iv
SURAT PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi masalah	8
1.3 Tujuan dan kegunaan penelitian	9
1.3.1 Tujuan Penelitian	9
1.3.2 Kegunaan Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 Kajian Pustaka	12
2.1.1 Review Penelitian Sejenis	12
2.2 Kerangka Konseptual	20
2.2.1 Komunikasi	20
2.2.2 Media Baru (<i>New Media</i>)	33
2.2.3 Media Sosial	35
2.2.4 Instagram	40
2.2.5 Minat Berkunjung	42
2.3 Kerangka Teoritis	43
2.3.1 Teori AIDA	43
2.4 Kerangka Pemikiran	45
2.5 Hipotesis	47

BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN.....	49
3.1 Objek Penelitian	49
3.1.1 Metodologi Penelitian.....	50
3.2 Variabel Penelitian dan Operasional Variabel	51
3.2.1 Variabel Penelitian.....	51
3.2.2 Operasional Variabel Penelitian	52
3.3 Populasi dan Teknik Sampling	56
3.3.1 Populasi.....	56
3.3.2 Teknik Sampling.....	57
3.4 Jenis Data dan Prosedur Pengumpulan Data	58
3.4.1 Jenis Data.....	58
3.4.2 Prosedur Pengumpulan Data	60
3.5 Rancangan Analisis Data dan Uji Validitas dan Reliabilitas Data	61
3.5.1 Rancangan Analisis Data	61
3.5.2 Uji Validitas.....	67
3.5.3 Uji Reliabilitas	68
3.6 Uji Asumsi Klasik	69
3.7 Uji Hipotesis.....	70
3.7.1 Uji F Simultan.....	70
3.7.2 Uji T Parsial	71
3.8 Lokasi Penelitian.....	71
3.9 Jadwal Penelitian	71
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	73
4.1 Hasil Penelitian.....	73
4.1.1 Identitas Responden	73
4.1.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	75
4.1.3 Uji Asumsi Klasik.....	79
4.2 Deskripsi Dimensi Tiap Variabel.....	84
4.2.1 Deskripsi Dimensi-Dimensi Konten Media Sosial (X).....	84
4.2.2 Deskripsi Dimensi-Dimensi Minat Berkunjung Wisatawan (Y).....	98

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Review Penelitian Sejenis	17
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	53
Tabel 3. 2 Skala Likert	56
Tabel 3. 3 Jadwal Penelitian.....	72
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	73
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia.....	74
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	74
Tabel 4. 4 Hasil Uji Variabel Konten Media Sosial (X)	76
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Minat Berkunjung	77
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel (X).....	78
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel (Y).....	79
Tabel 4. 8 Uji Multikolinearitas Tolerance dan VIF	81
Tabel 4. 9 Uji Autokorelasi Durbin Watson	83
Tabel 4. 10 Indikator <i>Social Networking</i>	85
Tabel 4. 11 Indikator <i>Impression Management</i>	86
Tabel 4. 12 Indikator <i>Communication Engagement</i>	87
Tabel 4. 13 Indikator Admin yang Responsif.....	88
Tabel 4. 14 Indikator Adanya Interaksi Dengan Followers	90
Tabel 4. 15 Indikator Adanya <i>Feedback</i>	91
Tabel 4. 16 Indikator Konten Menarik.....	92
Tabel 4. 17 Indikator Konten mengikuti <i>trend</i>	93
Tabel 4. 18 Indikator Konten Informatif.....	94
Tabel 4. 19 Indikator Kemudahan menghubungi <i>customer service</i>	95
Tabel 4. 20 Indikator Instagram yang mudah di akses.....	96
Tabel 4. 21 Indikator kemudahan menuju tempat wisata	97
Tabel 4. 22 Indikator akan mengunjungi Bukit Peramun karena keindahan alamnya	99
Tabel 4. 23 Indikator <i>Booking tour package</i> yang tersedia	100
Tabel 4. 24 Indikator akan berkunjung Kembali	101

Tabel 4. 25 Indikator merekomendasikan objek wisata Pulau Belitung.....	102
Tabel 4. 26 Indikator merekomendasikan objek wisata alam di Pulau Belitung kepada teman atau keluarga	104
Tabel 4. 27 Indikator merekomendasi ekowisata di Pulau Belitung melalui Instagram.....	105
Tabel 4. 28 Indikator memiliki keinginan untuk mengunjungi ekowisata di Pulau Belitung.....	106
Tabel 4. 29 Indikator memilih wisata Bukit Peramun dari objek wisata alam lainnya	107
Tabel 4. 30 Indikator menjadi preferensi utama objek wisata alam dengan view yang menarik.....	108
Tabel 4. 31 Indikator mencari informasi mengenai objek wisata alam di Belitung melalui Instagram.....	110
Tabel 4. 32 Indikator mencari informasi mengenai ekowisata di Belitung melalui Instagram.....	111
Tabel 4. 33 Indikator mencari informasi wisata dengan view menarik di Belitung melalui Instagram.....	112
Tabel 4. 34 Koefisien Korelasi Antar Dimensi Konten Media Sosial (X).....	114
Tabel 4. 35 Koefisien Jalur Dimensi Konten Media Sosial (X) Terhadap Minat Berkunjung (Y)	115
Tabel 4. 36 Koefisien Determinasi Simultan Konten Media Sosial (X) terhadap Minat Berkunjung (Y).....	117
Tabel 4. 37 Rekapitulasi Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	118
Tabel 4. 38 Uji Simultan (Uji F)	121
Tabel 4. 39 Anova Untuk Pengujian Secara Simultan.....	122
Tabel 4. 40 Uji Pengaruh Dimensi Konten Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung.....	123

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 <i>Favorite Social Media Platform</i>	2
Gambar 1. 2 Ranking Pengguna Instagram Terbanyak	3
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	46
Gambar 3. 1 Diagram Jalur Simultan X terhadap Y	63
Gambar 3. 2. Diagram jalur pengaruh parsial variabel X1 sampai dengan X4 terhadap Y	64
Gambar 4. 1 Uji Normalitas Probability Plot.....	80
Gambar 4. 2 Uji Heteroskedastitas Scatterplots	82
Gambar 4. 3 Nilai Koefisien Jalur.....	116
Gambar 4. 4 Nilai Koefisien Determinasi.....	118

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	146
Lampiran 2. Tabulasi Data.....	155
Lampiran 3. Hasil Olah Data	163
Lampiran 4. Dokumentasi.....	167
Lampiran 5. Daftar Riwayat Hidup.....	170
Lampiran 6. Surat Permohonan Penelitian.....	171
Lampiran 7. Lembar Persetujuan Perbaikan.....	172