

**Pengaruh Terpaan Informasi Melalui Internet tentang
Pariwisata terhadap Motivasi Komunitas Penggemar
Traveling Berkunjung ke Yogyakarta**

**(Studi Eksplanatif pada Website *www.jogjatrip.com* di Kalangan
Anggota Komunitas *Backpacker* Malang Raya)**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Disusun oleh :
Yonita Prateka Sari
03 09 02328/Kom

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2013**

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAKSI	xii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Kerangka Konsep.....	6
F. Hipotesis.....	13
G. Metode Penelitian.....	13

BAB II HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

A. Hasil Penelitian	23
1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	24
2. Distribusi Frekuensi.....	26
3. Analisis Regresi Linier Sederhana dan Koefisien Regresi.....	36
B. Analisa Penelitian.....	38

BAB III KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	42
B. Saran.....	43

DAFTAR PUSTAKA	44
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN.....	48
----------------------	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Pertumbuhan Jumlah Pengguna Internet di Indonesia.....	2
Tabel 2	Hasil Uji Validitas Intensitas, Fisik, Culture, Sosial dan Interpersonal, dan <i>Fantasy</i>	25
Tabel 3	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Terpaan Informasi Media Internet dan Motivasi Berkunjung	26
Tabel 4	Jenis Kelamin	26
Tabel 5	Usia Responden	27
Tabel 6	Pekerja Responden	28
Tabel 7	Domisili Responden	28
Tabel 8	Frekuensi Responden Mengenal Situs www.jogjatrip.com	30
Tabel 9	Frekuensi Responden Mengakses Situs www.jogjatrip.com Dalam Dua Bulan Terakhir.....	30
Tabel 10	Frekuensi Responden Mengakses Situs www.jogjatrip.com	31
Tabel 11	Distribusi Frekuensi Variabel Terpaan Informasi Media Internet.....	32
Tabel 12	Distribusi Frekuensi Variabel Motivasi penggemar Traveling Berkunjung ke Yogyakarta.....	34
Tabel 13	Analisis Regresi Linier Sederhana Pengaruh Terpaan Informasi Media Internet Terhadap Motivasi Penggemar Traveling Berkunjung ke Yogyakarta.....	36
Tabel 14	Koefisien Regresi	37

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Kerangka Konsep.....	6
Gambar 2	Model S-O-R.....	7
Gambar 3	Hubungan Antara Variabel Bebas (X) dan Variabel Terikat (Y)	17
Gambar 4	Hasil Penelitian Hubungan Variabel Bebas (X) dan Variabel Terikat (Y).....	38

DAFTAR LAMPIRAN

Data Rekapitulasi	48
Kuisisioner	49
Hasil Uji Validitas Variabel Motivasi: Fisik, Culture, Sosial dan Interpersonal, dan <i>Fantasy</i>	54
Hasil Uji Validitas Intensitas Terpaan Informasi Media Internet	55
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Motivasi Berkunjung	56
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Terpaan Informasi Media Internet	56
Distribusi Frekuensi	57
Hasil Uji Regresi Linier Sederhana dan Koefisien Regresi	59
Tabel Korelasi Pearson Product Moment Pada α 5%	60
Tampilan Website www.jogjatrip.com	61

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan YME yang selalu menyertai penulis selama proses penyelesaian skripsi ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom).

Membutuhkan waktu sekian lama bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini, banyak sekali kesulitan dan hambatan dalam proses pengumpulan materi serta penyutingannya, sehingga skripsi ini merupakan salah satu hasil dari kerja keras yang sangat membanggakan bagi penulis. Namun demikian, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, sehingga kritik dan saran yang membangun akan penulis terima dengan tangan terbuka.

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, diantaranya :

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu membuka jalan dan menguatkan langkah penulis, tanpa penyertaanNya, semua ini mustahil.
2. Bu Anita yang selalu sabar dan rela meluangkan waktunya untuk membimbing penulis. Terima kasih, ibu memang luar biasa.
3. Bapak Yohanes dan Ibu Sri Sumarni sebagai orang tua penulis yang selalu penuh kasih, sabar dan tidak pernah menyerah. Terima kasih selalu percaya bahwa penulis bisa menyelesaikan ini semua. Cinta bapak dan ibu tidak bisa dibalas dengan apapun.

4. Mas Yoni terima kasih atas waktu-waktu yang pernah kita lewati, skripsi ini dipersembahkan khusus buat mas, tolong lihat proses wisudanya dari surga ya, *I love you brother*. Buat Dyo yang selalu menceriakan hari-hari penulis, juga Mbak Dyah dan Reni yang tidak berhenti menyemangati.
5. Francisca, terima kasih selalu menemani begadang, dan menjadi solusi untuk tiap masalah, hari-hari penuh kenangan yang tidak mungkin terlupakan. Vika, Sidiq, Mi Qi, Bro Gun, yang selalu menemani dan menjadi penyemangat dalam proses penyelesaian skripsi ini.
6. Buat semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Terima kasih sebesar-besarnya penulis ucapkan.

Demikian skripsi ini penulis buat, semoga bermanfaat bagi pembaca maupun penelitian selanjutnya.

Yogyakarta, 22 Mei 2013

ABSTRAKSI

Perkembangan media saat ini sudah sangat pesat. Dengan adanya media internet, seperti website yang mampu menyebarkan informasi secara global, dan tidak lekang oleh waktu, penyebaran informasi pun dapat dilakukan dengan sangat mudah. Kondisi ini ditangkap dengan jeli oleh para pemerhati pariwisata dan budaya Yogyakarta. Kelebihan website yang mampu melewati jarak dimanfaatkan sebagai media promosi pariwisata Yogyakarta, untuk menarik para wisatawan dan penggemar *traveling* baik lokal, nasional, maupun internasional berkunjung ke Yogyakarta. Salah satu website yang memuat informasi mengenai pariwisata dan budaya Yogyakarta adalah www.jogjatrip.com.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh terpaan informasi media internet tentang pariwisata terhadap motivasi komunitas penggemar *traveling* berkunjung ke Yogyakarta. Terdapat 2 variabel dalam penelitian ini, yaitu tingkat terpaan informasi internet sebagai variabel bebas atau *independent*, dan tingkat motivasi penggemar *traveling* berkunjung ke Yogyakarta sebagai variabel terikat atau *dependent*. Teori yang dipakai dalam penelitian ini adalah Teori S-O-R.

Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling* (sampling dengan maksud tertentu) berjumlah 30 responden. Sampel diambil dari sebuah grup komunitas penggemar *traveling* di media sosial *facebook* yaitu Komunitas Backpacker Malang Raya (KBMR).

Analisis data pada penelitian ini menggunakan metode uji regresi linier sederhana dan uji koefisien regresi. Uji regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh yang terjadi antara variabel terikat dan variabel bebas sedangkan uji koefisien regresi digunakan untuk mengetahui kuat atau lemahnya pengaruh variabel terhadap variabel bebas.

Hasil penelitian ini adalah tingkat terpaan informasi media internet mempengaruhi tingkat motivasi penggemar *traveling* berkunjung ke Yogyakarta. Dibuktikan dari nilai signifikansi yang diperoleh adalah 0.001, dengan nilai R sebesar 0,572, dan mempunyai pengaruh dalam taraf sedang.