

**PENGARUH KARAKTERISTIK AKUN INSTAGRAM TERHADAP
KEPEMIMPINAN OPINI DAN DAMPAKNYA TERHADAP PEMILIHAN
DESTINASI WISATA**

SKRIPSI

Diajukan untuk Persyaratan Penelitian dan Penulisan Skripsi sebagai akhir studi
S1 Program Studi Manajemen Resort & Leisure



Oleh:
Gufran Wenes
1904628

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN RESORT DAN LEISURE
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2023**

**PENGARUH KARAKTERISTIK AKUN INSTAGRAM TERHADAP
KEPEMIMPINAN OPINI DAN DAMPAKNYA TERHADAP PEMILIHAN
DESTINASI WISATA**

Oleh:

Gufran Wenes

Diajukan untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Pariwisata
Program Studi Manajemen Resort dan Leisure

© Gufran Wenes

Universitas Pendidikan Indonesia

Juli 2023

Hak Cipta dilindungi Undang-undang.

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian
dengan dicetak ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis

Wenes, 2023

*Pengaruh Karakteristik Akun Instagram Terhadap Kepemimpinan Opini dan Dampaknya
Terhadap Pemilihan Destinasi Wisata*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

LEMBAR PENGESAHAN

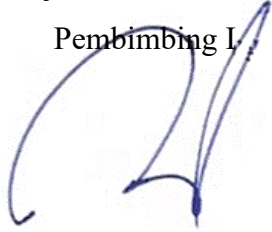
Gufran Wenes

1904628

**PENGARUH KARAKTERISTIK AKUN INSTAGRAM TERHADAP
KEPEMIMPINAN OPINI DAN DAMPAKNYA TERHADAP PEMILIHAN
DESTINASI WISATA**

Disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I



Dr. A.H. Galihkusumah, S.ST., MM.

NIP. 19810522201012 1 006

Pembimbing II



Rosita, S.S, MA

NIP. 19781019 200604 2 001

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Resort & Leisure



Dr. Erry Sukriah, S.E., M.SE

Wenes, 2023

Pengaruh Karakteristik Akun Instagram Terhadap Kepemimpinan Opini dan Dampaknya Terhadap Pemilihan Destinasi Wisata

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

NIP. 19791215 200812 2 002

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul "**Pengaruh Karakteristik Akun Instagram Terhadap Kepemimpinan Opini dan Dampaknya Terhadap Pemilihan Destinasi Wisata**" ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko atau sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Juli 2023



Gufran Wenes

Wenes, 2023

Pengaruh Karakteristik Akun Instagram Terhadap Kepemimpinan Opini dan Dampaknya Terhadap Pemilihan Destinasi Wisata

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua karena telah memberikan do'a, dukungan, bimbingan dan motivasi baik moral maupun materi. Terimakasih kepada seluruh dosen khususnya dosen pembimbing karena sudah berbagi ilmu, membimbing serta mendidik penulis hingga sampai pada tahap ini. Tidak lupa terimakasih banyak kepada teman-teman, saudara, dan kerabat yang sudah memberikan dukungan serta do'anya, sehingga penulis mampu mengerjakan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Karakteristik Akun Instagram Terhadap Kepemimpinan Opini dan Dampaknya Terhadap Pemilihan Destinasi Wisata”** dengan baik.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dengan segala keterbatasannya baik dari proses penyusunan, teknis penelitian, dan sisi ilmiahnya. Dengan disertai bimbingan dan arahan dari Dosen Pembimbing, skripsi ini dapat tersusun dengan baik. Skripsi dan gelar yang akan diraih nantinya, akan dipersembahkan untuk kedua orangtua saya yang selalu mendoakan saya dalam keadaan apapun, sehingga saya bisa menyelesaikan perkuliahan ini.

Semoga penelitian yang sudah penulis selesaikan dapat memberi manfaat kepada semua pihak. Peneliti memohon maaf dalam penyusunan ini tidak akan luput dari kesalahan baik dalam penulisan ataupun yang lainnya. Oleh karena itu, penulis sangat membutuhkan kritik dan saran yang membangun untuk menyempurnakan skripsi ini.

Bandung, Juli 2023

Hormat Saya,



Wenes, 2023

Pengaruh Karakteristik Akun Instagram Terhadap Kepemimpinan Opini dan Dampaknya Terhadap Pemilihan Destinasi Wisata

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan mengucapkan *Alhamdulillah rabbil 'alamin* sebagai rasa syukur kepada Allah SWT karena atas ridho, berkah, rahmat, dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Selama menempuh pendidikan di Universitas Pendidikan Indonesia, khususnya di Program Studi Manajemen Resort dan Leisure, penulis telah mendapat banyak bimbingan, motivasi, dukungan, serta bantuan dari berbagai banyak pihak hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis ingin menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada orang-orang hebat yang telah mendorong penulis untuk segera menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, dengan penuh rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan nikmat kesehatan, rezeki, serta kesempatan untuk dapat menempuh pendidikan di perguruan tinggi sampai ditahap penyelesaian skripsi ini;
2. Kedua orang tua penulis, Yulia Sesmita dan Weninanda yang selalu mendoakan, memberikan dukungan, dan menjadi alasan untuk selalu berusaha menjadi yang terbaik;
3. Fakhra selaku seseorang yang selalu memberikan dukungan dan motivasi bagi penulis untuk selalu kuat dalam keadaan apapun, terimakasih telah mengisi hari-hari penulis dengan warna baru, semoga akan tetap begitu;
4. Ibu Dr. Erry Sukriah, S.E., M.SE selaku Ketua Program Studi Manajemen Resort dan Leisure yang telah memberikan kemudahan selama penulis mengikuti perkuliahan di Program Studi Manajemen Resort dan Leisure;
5. Bapak Dr. A.H. Galihkusumah, S.ST., MM selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah senantiasa sabar, ikhlas, meluangkan waktunya untuk memberikan ilmu, bimbingan, motivasi dan arahan yang terbaik dalam menyelesaikan skripsi ini;

6. Ilham, SP, Atta, Agied, Shidqi, Putra, Hakim, Idham, Reja, selaku sahabat yang telah menemani penulis selama 4 tahun menjadi tempat berkeluh kesah dan berbagi tawa;
7. Seluruh teman-teman seperjuangan MRL 2019 atas semua kenangan, perjalanan, serta kebersamaan yang telah dilalui bersama selama masa perkuliahan;

Berbagai pihak lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih atas segala bantuan, dukungan serta motivasi yang selalu diberikan selama ini. Penulis berharap semoga segala kebaikan yang telah mereka berikan mendapat imbalan yang setimpal dari Allah SWT. dan semoga skripsi ini dapat berguna bagi semuanya. Aamiin Ya Rabbal Alamin.

**PENGARUH KARAKTERISTIK AKUN INSTAGRAM TERHADAP
KEPEMIMPINAN OPINI DAN DAMPAKNYA TERHADAP PEMILIHAN
DESTINASI WISATA**

ABSTRAK

Gufran Wenes

1904628

Perkembangan teknologi, khususnya internet dan media sosial, telah berdampak signifikan pada kebiasaan pengambilan keputusan manusia, termasuk di industri pariwisata. Instagram menjadi platform utama bagi *influencer* untuk menyebarkan informasi dan rekomendasi, khususnya terkait destinasi wisata. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh karakteristik akun Instagram terhadap pemilihan destinasi wisata oleh pengikut *influencer* pariwisata di platform tersebut. Pendekatan kuantitatif dengan analisis teknik deskriptif dan *Partial Least Squares* (PLS) digunakan untuk mengidentifikasi hubungan antara karakteristik akun Instagram dengan *opinion leadership* dan pemilihan destinasi. Hasil analisis menunjukkan bahwa *perceived uniqueness* dan *perceived originality* akun Instagram secara signifikan memengaruhi *opinion leadership influencer*, yang pada gilirannya mempengaruhi pemilihan destinasi oleh pengikutnya. Temuan ini memberikan wawasan mendalam bagi industri pariwisata dan pemasaran *influencer* di platform media sosial

Kata kunci: Kepemimpinan Opini, *influencer*, Instagram, Media Sosial, Pengambilan Keputusan

Wenes, 2023

Pengaruh Karakteristik Akun Instagram Terhadap Kepemimpinan Opini dan Dampaknya Terhadap Pemilihan Destinasi Wisata

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

**PENGARUH KARAKTERISTIK AKUN INSTAGRAM TERHADAP
KEPEMIMPINAN OPINI DAN DAMPAKNYA TERHADAP PEMILIHAN
DESTINASI WISATA**

ABSTRACT

Gufran Wenes

1904628

The development of technology, especially the internet and social media, has significantly impacted human decision-making habits, including in the tourism industry. Instagram has become the main platform for influencers to disseminate information and recommendations, particularly related to travel destinations. This study aims to explore the influence of Instagram account characteristics on travel destination choices by followers of tourism influencers on the platform. A quantitative approach with descriptive technique analysis and Partial Least Squares (PLS) was used to identify the relationship between Instagram account characteristics, opinion leadership, and destination choices. The analysis results showed that perceived uniqueness and perceived originality of Instagram accounts significantly influence influencer opinion leadership, which, in turn, affects the destination choices of their followers. These findings provide valuable insights for the tourism industry and influencer marketing on social media platforms

Keywords: Opinion leadership, Influencer, Instagram, Social Media, Decision Making

Wenes, 2023

Pengaruh Karakteristik Akun Instagram Terhadap Kepemimpinan Opini dan Dampaknya Terhadap Pemilihan Destinasi Wisata

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Sistematika Penulisan	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1. Media Sosial.....	8
2.1.1 <i>Influencer</i>	9
2.1.2 Opinion leadership.....	10
2.1.3 Dampak <i>Opinion leadership</i> terhadap pemilihan destinasi.....	13
2.2 Penelitian Empiris	15
2.3 Kerangka Berpikir Penelitian.....	20
2.4 Hipotesis.....	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	22
3.1 Desain Penelitian.....	22
3.2 Populasi dan <i>Sampling</i>	24
3.3 Metode Pengumpulan Data	25
3.3.1 Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.3.2 Alat Pengumpulan Data	26

Wenes, 2023

Pengaruh Karakteristik Akun Instagram Terhadap Kepemimpinan Opini dan Dampaknya Terhadap Pemilihan Destinasi Wisata

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3.4 Operasional Variabel.....	27
3.5 Analisis Data	29
3.5.1 Analisis deskriptif	29
3.5.2 Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	31
3.6 Pengujian Hipotesis.....	39
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Gambaran Umum	40
4.1.1 Gambaran Umum Instagram.....	40
4.1.2 Gambaran Umum Profil Responden	41
4.1.2.1 Berdasarkan Jenis Kelamin	41
4.1.2.2 Berdasarkan Usia	43
4.1.2.3 Berdasarkan Pendidikan Terakhir	44
4.1.2.4 Berdasarkan Pekerjaan	45
4.1.2.5 Berdasarkan Pendapatan.....	45
4.1.2.6 Berdasarkan Penggunaan Instagram.....	46
4.1.2.7 Berdasarkan Kategori <i>Influencer</i> yang Diikuti.....	47
4.2 Tanggapan pengikut <i>influencer</i> terhadap karakteristik akun Instagram <i>influencer</i> , <i>opinion leadership influencer</i> , pemilihan destinasi dan perceived fit with personal interest dengan <i>influencer</i>	47
4.2.1 Tanggapan pengikut terhadap karakteristik akun instagram.....	48
4.2.2 Tanggapan pengikut terhadap <i>opinion leadership</i>	50
4.2.3 Tanggapan pengikut terhadap pemilihan destinasi	52
4.3 Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	53
4.3.1 Evaluasi Model Struktural (Inner) Model.....	53
4.3.2 Hasil Uji Hipotesis	55
4.3.2.1 <i>Perceived uniqueness</i> akun instragram terhadap <i>opinion leadership</i>	55
4.3.2.2 <i>Perceived originality</i> akun instragram terhadap <i>opinion leadership</i>	56
4.3.2.3 <i>Perceived quality</i> akun instragram terhadap <i>opinion leadership</i>	57

4.3.2.4 <i>Perceived quantity</i> akun instragram terhadap <i>opinion leadership</i>	58
4.3.2.5 Pengaruh <i>opinion leadership</i> dari <i>influencer</i> Instagram terhadap <i>intention to follow the advice</i>	59
4.3.2.6 Peran <i>perceived fit with personal interest</i> dalam meningkatkan pengaruh <i>opinion leadership</i> terhadap pemilihan destinasi....	60
BAB V PENUTUP	62
5.1 Kesimpulan	62
5.2 Saran dan Implikasi.....	63
5.2.1 Saran.....	63
5.2.2 Implikasi.....	64
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	73
Lampiran 1. Surat Keputusan Penetapan Dosen Pembimbing Skripsi.....	73
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian	75
Lampiran 3. Tabulasi Data.....	80
Lampiran 4. Catatan Bimbingan.....	87
Lampiran 6. Riwayat Hidup.....	90

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Empiris.....	15
Tabel 3.1 Keterangan Nilai Skala.....	27
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	27
Tabel 3.3 Kriteria Persentase Tanggapan Pengikut <i>Influencer</i>	31
Tabel 3.4 Nilai Loading Factor.....	34
Tabel 3.5 Nilai Average Varian Extracted (AVE).....	35
Tabel 3.6 Nilai Cross Loadings Factor.....	35
Tabel 3.7 Nilai Analisis Fornell-Larcker.....	36
Tabel 3.8 Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability.....	37
Tabel 4.1 Kriteria Persentase Tanggapan Pengikut <i>Influencer</i>	48
Tabel 4.2 Tanggapan terhadap Karakteristik Akun Instagram.....	48
Tabel 4.3 Tanggapan Pengikut <i>Influencer</i> Mengenai <i>Opinion leadership</i>	50
Tabel 4.4 Tanggapan Pengikut <i>Influencer</i> Mengenai Pemilihan Destinasi	52
Tabel 4.5 Nilai R Square.....	53
Tabel 4. 6 Nilai Q Square.....	54
Tabel 4.7 Nilai AVE dan R Square.....	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	20
Gambar 4.1 Logo Instagram	40
Gambar 4.2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Gambar 4.3 Profil Responden Berdasarkan Usia	43
Gambar 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	44
Gambar 4.5 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	45
Gambar 4.6 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	45
Gambar 4.7 Profil Responden Berdasarkan Penggunaan Instagram	46
Gambar 4.8 Profil Responden Berdasarkan Kategori <i>Influencer</i>	47
Gambar 4.9 Nilai P Values dan T statistics PU terhadap OL	56
Gambar 4.10 Nilai P Values dan T statistics PO terhadap OL	57
Gambar 4.11 Nilai P Values dan T statistics PQI terhadap OL.....	57
Gambar 4.12 Nilai P Values dan T statistics PQt terhadap OL.....	58
Gambar 4.13 Nilai P Values dan T statistics OL terhadap IF.....	59
Gambar 4.14 Nilai P Values dan T statistics PF terhadap PD	60
Gambar 4.15 Hasil Keseluruhan hipotesis.....	61