

**PENGARUH FILM “ADA APA DENGAN CINTA 2” TERHADAP
MOTIVASI BERKUNJUNG WISATAWAN KE PUNTHUK SETUMBU
SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Prasyarat Memperoleh Gelar Sarjana
Pariwisata*

*Prodi Manajemen Resort & Leisure pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan
Sosial*



Oleh

Firas Fathin Riyandika

1505287

**MANAJEMEN RESORT DAN LEISURE
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2019**

**PENGARUH FILM “ADA APA DENGAN CINTA 2” TERHADAP
MOTIVASI BERKUNJUNG WISATAWAN KE PUNTHUK SETUMBU**

Oleh
Firas Fathin Riyandika

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Firas Fathin Riyandika 2019
Universitas Pendidikan Indonesia
Agustus 2019

Hak Cipta dilindungi undang-undang.
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
dengan dicetak ulang, di fotokopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis.

LEMBAR PENGESAHAN

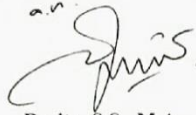
Firas Fathin Riyandika

1505287

**PENGARUH FILM “ADA APA DENGAN CINTA 2” TERHADAP
MOTIVASI BERKUNJUNG WISATAWAN KE PUNTHUK SETUMBU**

Disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

Pembimbing I



Rosita, S.S., M.A.

NIP. 197810192006042001

Pembimbing II



Reiza Miftah Wirakusuma, S.ST.Par., S.I.Kom., M.Sc.

NIP. 198712242014041001

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Resort & Leisure



Dr. AH. Galihkusumah, S.ST., M.M.

NIP. 19810522 201012 1 006

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul "Pengaruh Film "Ada Apa Dengan Cinta 2" Terhadap Motivasi Berkunjung Wisatawan Ke Punthuk Setumbu" 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 tersebut, saya siap menanggung resiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Agustus 2019

Yang Membuat Pernyataan

Firas Fathin Riyandika

NIM. 1505287

**PENGARUH FILM “ADA APA DENGAN CINTA 2” TERHADAP MOTIVASI
BERKUNJUNG WISATAWAN KE PUNTHUK SETUMBU**

ABSTRAK

Oleh

Firas Fathin Riyandika
1505287

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh film Ada Apa Dengan Cinta 2 terhadap motivasi berkunjung wisatawan ke Punthuk Setumbu. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan uji regresi linier sederhana dan menggunakan hasil angket dari responden yang telah menyaksikan film AADC 2 dan telah mengunjungi Punthuk Setumbu. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan mengemas film tersebut dengan baik dan memperlihatkan keindahan alam Punthuk Setumbu membuat penonton merasakan adanya ketertarikan emosional untuk merasakan suasana atau atmosfir berada di suatu set film. Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh pelaku yang bekerja di industri perfilman sebaiknya memperhatikan bahwa dari sebuah film bisa memberi dampak yang sangat luas, mulai dari cerita, tokoh, visual, hingga suatu set lokasi film yang menarik dapat menjadi dorongan untuk kemajuan industri pariwisata atau peluang bisnis yang berkelanjutan.

Kata kunci: Film-Induced Tourism, Motivasi Berkunjung, Film

**THE IMPACT OF ADA APA DENGAN CINTA MOVIE ON TOURIST
VISITING MOTIVATION TO PUNTHUK SETUMBU**

ABSTRACT

By

Firas Fathin Riyandika
1505287

This research's objective is to understand the impact of Ada Apa Dengan Cinta 2 movie on Motivation of Tourist to Visit Punthuk Setumbu. This research uses a quantitative method with a simple linear regression test and uses questionnaire from respondent who have watched AADC 2 movie and visited Punthuk Setumbu. The results of this study indicate that by manage the film well and showing the natural beauty of Punthuk Setumbu makes the audience feel an emotional attraction to feel the atmosphere of being in a film set. The result of this study can be used by film industry and should pay attention that from film it can be a very broad impact, ranging from stories, characters, visual, till an interesting film set can be an impetus for the advancement of the tourism industry or business opportunities that sustainable.

Keywords: Film, Film-Induced Tourism, visiting motivation

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada kehadirat Allah SWT yang telah memberikan anugerah serta berkah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Pengaruh *Film-Induced Tourism* Film “Ada Apa Dengan Cinta 2” Terhadap Motivasi Berkunjung Wisatawan Ke Punthuk”.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pariwisata yang penulis tempuh selama mengikuti studi di Program Studi Manajemen Resort & Leisure di Universitas Pendidikan Indonesia ini. Penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk perbaikan pada skripsi ini.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu serta berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak.

Bandung, Agustus 2019
Penulis,

Firas Fathin Riyandika
1404102

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkah, ridho rahmat dan curahan nikmat Iman dan Islam yang tidada terbatas, sehingga penulis mendapatkan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa selama proses penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, motivasi, dukungan, serta bantuan dari berbagai pihak hingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini. Untuk itu dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan Rahmat, Kenikmatan, Rezeki-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Kepada kedua orang tua yang penulis sangat sayangi dan cintai, Pak Herri Wasdika dan Ibu Kinkin Riyani yang telah mendidik, menjaga, menyayangi dan memberi dukungan kepada penulis sehingga penulis ingin mempersembahkan hasil karya ilmiah ini untuk mereka. Serta abang dan adik saya, yaitu Faris Fathin Riyandika dan Fikri Fathin Riyandika yang penulis dan sayangi.
3. Bapak Dr. AH. Galihkusumah, S.ST., MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Resort dan Leisure.
4. Bapak Bapak Reiza Miftah W., ST.Par.,M.Sc dan Ibu Rosita,S.S., M.A.. Terimakasih telah membantu penulis dengan segala kesabarannya serta ilmu dan saran yang telah diberikan selama penulis menyusun skripsi dan menjalani pendidikan di Program Studi Manajemen Resort dan Leisure.
5. Kepada seluruh Bapak dan Ibu dosen pengajar Program Studi Manajemen Resort & Leisure yang telah memberikan dan mengajarkan ilmu pengetahuan dan wawasan baru serta banyak membantu penulis dalam menyelesaikan perkuliahan.
6. Kepada Aulia Angela yang telah menemani, membimbing, dan selalu memberi dukungan kepada penulis.
7. Kepada barudak sungut 2015 yang selalu mengajak ke dalam hal-hal kebodohan yang tidak pernah akan bisa dilupakan
8. Kepada kulseeker fam yang menemani dikala awal kuliah hingga saat ini
9. Kepada Ceu Neni yang selalu siap sedia lotek untuk memenuhi kebutuhan biologis penulis

10. Kepada mang Kurong (Andhika Mochamad) yang baik hati memberikan bantuan kepada penulis sehingga bisa selesai juga ini skripsi
11. Kepada Bapak Andi Od4nx yang bersedia diberikan kesusahan untuk mengantar dan menjemput ke stasiun dan dititipkan motor kesayangan saya sylvister
12. Kepada Loner Lunar yang selalu mengajak kebaikan dan kebenaran
13. Kepada Mas Hasna Putra yang telah membantu mendapatkan data dari Punthuk Setumbu
14. Kepada Rizky Ramadhan dan Rana Salsabila beserta ibu kost nya di Magelang yang bersedia menampung saya untuk singgah sejenak di kota Magelang
15. Kepada PT. KAI yang telah memberikan pelayanan yang terbaik kepada penumpangnya khususnya kepada saya sehingga sampai ke tujuan dan kembali lagi ke Bandung dengan selamat.
16. Kepada pengelola Punthuk Setumbu yang bersedia memberikan data dan informasi
17. Kepada Dian Sastro Wardoyo dan Nicholas Saputra yang telah memerankan Cinta dan Rangga difilm AADC 2 ini sehingga dapat menarik masa yang banyak untuk menonton dan menjadikan Punthuk Setumbu dikenal banyak orang. Tidak lupa juga pada semua yang terlibat pada pembuatan film ini.
18. Kepada teman seper-saklaran yang selalu membagikan keluh kesah menyusun skripsi yang tidak semudah menyusun Lego, dan juga berbagi kemampuan satu sama lain untuk membantu mencapai wisuda bersama.
19. Kepada Nirwana Gardens Resort yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan OJT, khususnya pada bidang *Sport Recreation and Art*
20. Kepada Asyraf Alrasyid teman seperkutuan di lokasi OJT yang selalu ada dikala ada wanita
21. Kepada peneliti yang telah melakukan penelitiannya sehingga menjadi jurnal yang sangat bermanfaat dalam skripsi ini
22. Kepada motor kesayangan penulis, Sylvister yang selalu menemani kemanapun kapan pun dalam keadaan apapun.
23. Kepada semua rekan seperjuangan MRL 2015 yang tidak bisa disebutkan satu persatu karena terlalu banyak

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
KATA PENGANTAR	v
UCAPAN TERIMAKASIH	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR DIAGRAM	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	9
1.5. Sistematika Penulisan	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Film Mempengaruhi Pariwisata	11
2.2 Film-Induced Tourism	12
2.3 Motivasi	13
2.4 Kerangka Pemikiran	18
2.5 Hipotesis	19
BAB III Metode Penelitian	20
3.1 Lokasi Penelitian	20
3.2 Desain Penelitian	20
3.3 Populasi dan Sample	20
3.4 Variabel Penelitian	22
3.5 Operasional Variabel	22

3.6	Teknik Pengambilan Data	25
3.7	Uji Validitas dan Reabilitas	26
3.7.1	Uji Validitas	26
3.7.2	Uji Reliabilitas	30
3.8	Teknik Analisis Data	31
3.9	Uji Hipotesis	35
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN		36
4.1	Gambaran Umum dan Lokasi Penelitian.....	36
4.2	Profil Responden	37
4.3	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
4.4	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	38
4.5	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	39
4.6	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
4.7	Profil Responden Berdasarkan Penghasilan.....	41
4.8	Profil Responden Berdasarkan Domisili	42
4.3	Persepsi Responden Terhadap Variabel Penelitian	42
4.3.1	Variabel Film Ada Apa Dengan Cinta 2 (X)	43
4.3.2	Variabel Motivasi Berkunjung.....	46
4.4	Pengaruh Film “Ada Apa Dengan Cinta 2” Terhadap Motivasi Berkunjung Wisatawan Ke Punthuk Setumbu	48
4.4.1	Uji Asumsi Regresi	48
4.4.2	Uji Regresi Linear Sederhana	51
4.4.3	Uji Koefisien Determinasi	52
4.4.4	Uji Hipotesis	52
4.5	Pembahasan	53
4.5.1	Persepsi Pengunjung Mengenai Film Ada Apa Dengan Cinta 2.....	54
4.5.2	Motivasi Berkunjung Wisatawan ke Puntuk Setumbu	55
4.5.3	Pengaruh Film Terhadap Motivasi Berkunjung.....	56
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		58
5.1	Simpulan.....	58
5.2	Saran	59
5.3	Keterbatasan Penelitian	60
Daftar Pustaka		61

LAMPIRAN..... 65

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah kunjungan wisatawan ke Yogyakarta	2
Tabel 1. 2Komentar Wisatawan di Tripadvisor	4
Tabel 1. 3 Hasil Survey kepada 10 Orang	7
Tabel 3. 1 Populasi Wisatawan	21
Tabel 3. 2 Operasional variabel	22
Tabel 3. 3 Kriteria Nilai Bobot Alternatif.....	26
Tabel 3. 4 Uji Validitas	27
Tabel 3. 5 Uji Reliabilitas	31
Tabel 3. 6.....	35
Tabel 4. 1 Profil Berdasarkan Domisili.....	42
Tabel 4. 2 Tanggapan Responden Mengenai Film.....	43
Tabel 4. 3 Tanggapan Responden Mengenai Motivasi Berkunjung	46
Tabel 4. 4 Hasil Uji Normalitas.....	49
Tabel 4. 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	50
Tabel 4. 6 Hasil Uji Linearitas	50
Tabel 4. 7 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	51
Tabel 4. 8 Hasil Uji Regresi.....	52
Tabel 4. 9 Hasil Uji Hipotesis	53

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 4. 1 Profil Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Diagram 4. 2 Profil Berdasarkan Usia	38
Diagram 4. 3 Profil Berdasarkan Pendidikan Terakhir	39
Diagram 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	40
Diagram 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Penghasilan	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Garis Kontinum	32
Gambar 4. 1 Sunrise Punthuk Setumbu	36
Gambar 4. 2 Garis Kontinum Presepsi Mengenai Film	45
Gambar 4. 3 Garis Kontinum Presepsi Motivasi Berkunjung	48

Daftar Pustaka

- Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (1992). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta.
- Ayu, D. A. (2015). Peran promosi pariwisata melalui film dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan : perbandingan antara film “eat, pray, love” dengan film yang berlatar belakang destinasi wisata. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 26, 2.
- Beeton, S. (2006). Understanding Film-Induced Tourism. *Tourism Analysis*, 181-188.
- Beritagar. (2016, Juli 12). *AADC 2 meraup Rp109,9 miliar* . Retrieved from beritagar.id: <https://beritagar.id/artikel/seni-hiburan/aadc-2-meraup-rp1099-miliar>
- Budi, S. P., & Ashari. (2005). *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel & SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Cohen, Arnold, L., Klaunig, J., & Goodman, J. (2014). Lung tumors in mice induced by “whole-life” inorganic arsenic exposure at human-relevant doses. *Arch Toxicol*.
- Effendy, O. U. (1983). *Psikologi manajemen*. Yogyakarta: Bandung Alumni.
- filmindonesia.or.id. (n.d.). Retrieved from filmindonesia.or.id: http://filmindonesia.or.id/movie/title/lf-a018-16-881133_ada-apa-dengan-cinta-2/award#.XNGMSGiyTIU
- Finesso, G. M., Isna, K., Rukmorini, R., & Firdaus, H. (n.d.). *Membangun Borobudur dari Pinggiran*. Retrieved from arsip-interaktif.kompas.id: https://arsip-interaktif.kompas.id/membangun_borobudur
- Ghozali, I. (2012). *aplikasi analisis multivariat dengan program IBM SPSS 20.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Dipenogoro.
- Gujarati, D. (2003). *Ekonometri Dasar*. Jakarta: Erlangga.
- Handoko, H. (2001). *Manajemn Personalia dan Sumber Daya Manusia Edisi Ketujuh*. Yogyakarta: BPFE.
- Hariwijaya, & Triton. (2005). *Pedoman Penulisan Ilmiah Skripsi dan Tesis*. Yogyakarta: Tugu Publisher.

- Hartono. (2008). *Analisis Data Statistika dan Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hottola, P. (2002). Touristic Encounters with the Exotic West: Blondes on the Screens and Streets of India. *Tourism Recreation Research*, 27(1), 83-89.
- Hudson, S., & Ritchie, J. R. (2006). Film tourism and destination marketing: The case of Captain Corelli's Mandolin. *Journal of Vacation Marketing*, 12, 256-268.
- Ibrahim, I. S. (2007). Budaya populer sebagai komunikasi: Dinamika popscape dan mediascape di Indonesia kontemporer. In I. S. Ibrahim, *Budaya populer sebagai komunikasi: Dinamika popscape dan mediascape di Indonesia kontemporer* (p. 173). Yogyakarta: Jalasutra.
- Ismail, M. I., Sumarjan, N., Abd, N. F., Khan, H., & Hanafiah, M. H. (2017). Springer Science Business Media Singapore 2017
- A. Saufi et al. (eds.), Balancing Development and Sustainability in Tourism Destination. *Movie touring : The influence of film on viewers' travel intention*, 97-108.
- Iso-Ahola. (1983). Towards a Social Psychology of Recreational Travel. *Leisure Studies*, 2 (1), 45-56.
- KEMENPAR. (2016). *Statistik wisatawan mancanegara*. Retrieved from kemenpar.go.id.
- Kluytmans, F. (2006). *Perilaku Manusia : Pengantar Singkat tentang Psikologi, Cetakan pertama*. Bandung: PT Refika Aditama.
- kusmayadi, & Endar, S. (2000). *Metodologi Penelitian dalam Bidang Kepariwisata*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Loureiro, S. M., & Arthur, B. (2015). Negative film plot and tourists' image and intentions: The case of city of God. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 32, 352-365.
- Malhotra, N. K. (2010). *Marketing Research An Applied Orientation*. Pearson.
- njogja tour. (n.d.). *Bukit Punthuk Setumbu, Menyaksikan Sunrise Borobudur dari*. Retrieved from njogja.co.id: <https://www.njogja.co.id/sleman/bukit-punthuk-setumbu-menyaksikan-sunrise-borobudur-dari-ketinggian/>
- Notoatmodjo. (2010). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka.

- Nuriata. (2014). *Paket Wisata: Penyusunan Produk dan Penghitungan Harga*. Bandung: Alfabeta.
- O'Connor, Noelle, Sheilla, Flanagan, David, & Gilbert. (2010). The Use of Film in Re-Imaging a Tourism Destination: a Case Study of Yorkshire, UK. *Journal of Vacation Marketing* 16 (1), 61-74.
- Pan, S. (2011). The role of tv commercial visuals in forming memorable and impressive destination images. *Journal of travel research*, 50, 171-185.
- Pitana, I. P., & G, G. (2005). *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Riley, Baker, & Van Doren. (1998). Movie Induced Tourism. *Annals of Tourism Research* 25 (4), 919-935. .
- River, W. L. (2003). Media massa dan masyarakat modern edisi kedua (Haris Munandar dan Dudy Priatna, Penerjemah). In W. L. River, *Media massa dan masyarakat modern edisi kedua (Haris Munandar dan Dudy Priatna, Penerjemah)* (pp. 251-291). Jakarta: Prenada Media.
- Roesch, S. (2009). *The Experiences of Film Location Tourists*. Bristol: Channel View Publication.
- Saltik, Arikani, I., Cosar, Yesim, Kozak, & Metin. (2011). Film-induced Tourism: Benefits and Challenge for Destination Marketing. *European Journal of Tourism Research*.
- Sardiman, A. (2001). *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sellgren, E. (2011). *Film-induced Tourism: The Effect Films Have on Destination Image Formation, Motivation and Travel Behaviour*. Lambert Academic Publishing.
- Singh, K., & Best, G. (2004). Film-Induced Tourism: Motivations of Visitors to the Hobbiton Movie Set as Featured in THE Lord Of The Rings. *International Tourism and Media Conference Proceeding*, 98-111.
- Sudirman. (2011). *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*. Jakarta: Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sulaiman, W. (2004). *Analisis Regresi Menggunakan Sps*. Yogyakarta: Andi Publisher.

Suryadana. (2013). *Sosiologi Pariwisata*. Bandung: Humaniora.

Vagionis, N., & Loumioti, M. (2011). MOVIE AS A TOOL OF MODERN TOURIST MARKETING. *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*.

Wardiyanta. (2006). *Metode Penelitian Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.