

PENGARUH FILM TERHADAP PERTUMBUHAN MINAT *FILM-INDUCED TOURISM*

(Studi Pengaruh Film *Ada Apa Dengan Cinta? 2* Terhadap Minat Kunjungan Wisata Ke Istana Ratu Boko Di Yogyakarta)

TUGAS AKHIR

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi Sosial dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie



Reihana Ferdian

1131003001

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE**

JAKARTA

2017

HALAMAN PERNYATAAN ORSINILITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Jakarta, 31 Agustus 2017



(Reihana Ferdian)

1131003001

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh:

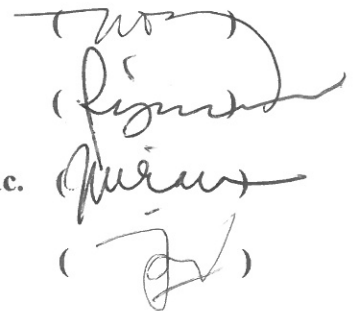
Nama : Reihana Ferdian
NIM : 1131003001
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Pengaruh Film Terhadap Pertumbuhan Minat *Film-Induced Tourism* (Studi Pengaruh Film *Ada Apa Dengan Cinta? 2* Terhadap Minat Kunjungan Wisata Ke Istana Ratu Boko di Yogyakarta)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie

Jakarta, 31 Agustus 2017

DEWAN PENGUJI

Pembimbing 1 : Dra Suharyanti, M.S.M
Pembimbing 2 : Aurino R.A. Djamaris, Ir. M.M
Penguji 1 : Mirana Hanathasia, S.Sos, MMediaPrac.
Penguji 2 : Eli Jamilah Mihardja, SS., M.Si



(*[Signature]*)
(*[Signature]*)
(*[Signature]*)
(*[Signature]*)

UNGKAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas berkat dan rahmatNya. Sholawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Pengaruh Film Terhadap Pertumbuhan Minat *Film-Induced Tourism* (Studi Pengaruh Film *Ada Apa Dengan Cinta? 2* Terhadap Minat Kunjungan Ke Istana Ratu Boko Di Yogyakarta). Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie. Penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Ibu Dra. Suharyanti M.S.M serta Bapak Aurino R.A. Djamaris, Ir. M.M, selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan Tugas Akhir ini;
- 2) Keluarga yang penulis cintai yaitu kedua orang tua penulis, Oke Dani Ferdian dan Undriati, serta adik penulis, Fachra Ananda Ferdian, yang telah memberikan bantuan dukungan doa, semangat, material dan moral, hingga menginspirasi penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini;
- 3) Seluruh jajaran dosen yang pernah mengajar penulis.
- 4) Kak Dea Naomi dan Kak Hafizha Hudaya Attahiyat yang telah meminjamkan penelitian mereka untuk penulis gunakan sebagai referensi;
- 5) Sahabat penulis, Anggi Audia Esmeralda, Della Ayu Dewanti, Difa Ayundi Sofyana, Sherpa Joseph Stephano, Karel Ade Putra, Ramdani, serta Dimas Muchli yang telah memberikan canda dan tawa ditengah tegangnya pikiran penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini;

- 6) Fajar Rizky Ramadhan, yang selalu setia menemani penulis dalam keadaan suka duka menyelesaikan Tugas Akhir ini;
- 7) Richard Teoo yang telah meminjamkan kabel *charger* laptop Asus, hingga penulis dapat melanjutkan Tugas Akhir penulis yang sempat tertunda akibat kehilangan kabel *charger* laptop;
- 8) KOMUNAL 2013, teman-teman seperjuangan penulis, yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis;
- 9) Teman-teman di JOOX Indonesia Adam, Tika, Icut, Kak Hanief, Eki, Kak Indah, Kak Dinda, Tata, Ava, Dimas, Desi, Reyhan “cucok”, Reyhan “arab”, Ajeng, Vivi, dan Nuni yang telah memberi dukungan ketika penulis harus mengerjakan Tugas Akhir sekaligus magang; dan
- 10) Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah membantu dalam penyusunan Tugas Akhir ini.

Akhir kata, penulis berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu penulis. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 31 Agustus 2017

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Reihana Ferdian

NIM : 1131003001

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Studi Kasus

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PENGARUH FILM TERHADAP PERTUMBUHAN MINAT *FILM-INDUCED TOURISM* (Studi Pengaruh Film *Ada Apa Dengan Cinta? 2* Terhadap Minat Kunjungan Wisata Ke Istana Ratu Boko di Yogyakarta)

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Jakarta, 31 Agustus 2017

Yang menyatakan,


(Reihana Ferdian)

ENGARUH FILM TERHADAP PERTUMBUHAN *MINAT FILM INDUCED* TOURISM

(STUDI PENGARUH FILM *ADA APA DENGAN CINTA? 2* TERHADAP MINAT KUNJUNGAN WISATA KE ISTANA RATU BOKO)

Reihana Ferdian

ABSTRAK

Industri pariwisata merupakan industri yang menguntungkan bagi setiap negara. Namun saat ini, industri pariwisata itu sendiri sangat kompetitif, dengan banyaknya destinasi-destinasi baru yang mencoba untuk memikat wisatawan. Wisatawan cenderung mengunjungi suatu tempat yang dibuat terkenal oleh media, salah satunya adalah melalui media film. Penelitian ini membahas tentang pengaruh film yaitu film *Ada Apa Dengan Cinta? 2* terhadap minat *film-induced tourism* ke Istana Ratu Boko. Penelitian yang menggunakan metode kuantitatif eksplanatif ini, menggunakan analisis regresi linier berganda untuk menguji hasil penelitian. Penelitian ini menggunakan survei online dengan sampel sebanyak 206 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa film *Ada Apa Dengan Cinta? 2* berpengaruh sedang terhadap minat konsumen berkunjung ke Istana Ratu Boko. Terdapat tiga variabel bebas sebagai elaborasi dari konsep film yakni tempat (*place factor*), kinerja (*performance factor*) dan kepribadian (*personality factor*). Hasil penelitian menyatakan bahwa hanya terdapat satu variabel bebas yang signifikan yakni tempat (*place factor*), sementara variabel kinerja (*performance factor*) dan variabel kepribadian (*personality factor*) tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Akan tetapi ketiganya menyumbang pengaruh yang simultan terhadap minat konsumen berkunjung ke Istana Ratu Boko.

Kata Kunci: Film, *film-induced tourism*, *Ada Apa Dengan Cinta? 2*, Istana Ratu Boko

THE INFLUENCE OF FILM ON THE GROWTH OF FILM-INDUCED TOURISM INTEREST

**(STUDY ON THE INFLUENCE OF FILM ADA APA DENGAN CINTA? 2 TO
THE INTEREST TO VISIT RATU BOKO PALACE)**

Reihana Ferdian

ABSTRACT

The tourism industry is a profitable industry for every country. But today, the tourism industry itself is very competitive with the many new destinations that try to lure tourists. Tourists tend to visit a place made famous by the media, one of which is through the film media. This research discusses about forming interest to visit Ratu Boko Palace through the feature film Ada Apa Dengan Cinta? 2. This study used quantitative explanative approach, with multiple linier regressions to test the result. This study used online survey with 206 respondents as sample. The result showed that Ada Apa Dengan Cinta? 2 has medium effect on consumer desire to visit Ratu Boko Palace. There are three independent variables as elaboration of film concept; place factor, performance factor and personality factor. The result showed only one independent variable—place factor—that has a significant effect on consumer desire to visit, the other variables— performance factor and personality factor—have no significant effect. However, those three variables in Ada Apa Dengan Cinta? 2 give a effect towards consumer desire to visit Istana Ratu Boko simultaneously .

Keywords: Film, film-induced tourism, Ada Apa Dengan Cinta? 2, Ratu Boko palace

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR ORSINILITAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II KERANGKA TEORITIS	10
2.1 Studi Pustaka Terkait Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Tinjauan Pustaka	21
2.2.1 Komunikasi Massa.....	21
2.2.2 Film.....	22
2.2.2.1 Jenis Film.....	23
2.2.2.2 Fungsi Film.....	23

2.2.3 Wisata Film.....	24
2.2.3.1 Bentuk-Bentuk Wisata Film.....	25
2.2.3.2 Faktor yang Mempengaruhi Wisata Film.....	30
2.2.4 Respon Konsumen.....	32
2.3 Kerangka Teoritis.....	35
2.4 Hipotesis.....	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	38
3.1 Metodologi Penelitian.....	38
3.2 Populasi dan Sampling.....	39
3.2.1 Populasi.....	39
3.2.2 Sampling.....	40
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.3.1 Sumber Data.....	41
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.4 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Variabel.....	42
3.5 Teknik Analisis Data.....	47
3.5.1 Analisis Deskriptif.....	48
3.5.2 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	49
3.6 Uji Keabsahan Data.....	50
3.6.1 Uji Validitas.....	50
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	50
3.7 Keterbatasan Penelitian.....	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1 Gambaran Umum Film Ada Apa Dengan Cinta? 2.....	52
4.1.1 Sinopsis Film Ada Apa Dengan Cinta? 2.....	52

4.1.2 Karakter-Karakter dalam Film Ada Ada Dengan Cinta? 2.....	54
4.1.3 Lokasi Produksi Film Ada Apa Dengan Cinta? 2.....	56
4.2 Hasil Penelitian.....	57
4.2.1 Karakteristik Responden.....	57
4.2.2 Analisis Jawaban Responden.....	61
4.2.2.1 Analisis Jawaban Responden dalam Variabel Tempat.....	61
4.2.2.2 Analisis Jawaban Responden dalam Variabel Kinerja.....	64
4.2.2.3 Analisis Jawaban Responden dalam Variabel Kepribadian.....	67
4.2.2.4 Analisis Jawaban Responden dalam Variabel Minat Berkunjung.....	70
4.2.3 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	74
4.2.3.1 Uji Validitas.....	74
4.2.3.2 Uji Reliabilitas.....	75
4.2.4 Uji Asumsi Klasik.....	76
4.2.4.1 Uji Normalitas.....	76
4.2.4.2 Uji Heteroskedostisitas.....	78
4.2.4.3 Uji Multikorelasi.....	78
4.2.5 Hasil Pengujian Hipotesis.....	79
4.2.5.1 Uji Regresi Linear Berganda.....	79
4.3 Pembahasan.....	85
4.3.1 Variabel Tempat dalam Film <i>Ada Apa Dengan Cinta? 2</i> terhadap Minat Berkunjung ke Istana Ratu Boko.....	85

4.3.2 Variabel Kinerja dalam Film <i>Ada Apa Dengan Cinta? 2</i> terhadap Minat Berkunjung ke Istana Ratu Boko.....	86
4.3.3 Variabel Kepribadian dalam Film <i>Ada Apa Dengan Cinta? 2</i> terhadap Minat Berkunjung ke Istana Ratu Boko.....	87
4.3.4 Pengaruh Film <i>Ada Apa Dengan Cinta? 2</i> terhadap Minat Berkunjung ke Istana Ratu Boko.....	88
BAB V KESIMPULAN.....	92
5.1 Kesimpulan.....	92
5.2 Saran.....	93
5.2.1 Saran Akademis.....	93
5.2.2 Saran Praktis.....	94
DAFTAR PUSTAKA.....	95
LAMPIRAN.....	99

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Pengaruh Film Terhadap Sektor Wisata.....	3
Tabel 2.1	Rangkuman Studi Pustaka Penelitian-Penelitian Sebelumnya.....	14
Tabel 2.2	Bentuk-Bentuk Wisata Film.....	25
Tabel 3.1	Tabel Operasionalisasi Variabel Film.....	43
Tabel 3.2	Tabel Operasionalisasi Variabel Minat Berkunjung Konsumen.....	47
Tabel 3.3	Instrumen Skala <i>Likert</i> Variabel Independen.....	47
Tabel 3.4	Instrumen Skala <i>Likert</i> Variabel Dependen.....	48
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	59
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Rata-Rata Per Bulan.....	60
Tabel 4.4	Jawaban Responden atas Pernyataan Pertama pada Variabel Tempat (<i>Place Factor</i>).....	61
Tabel 4.5	Jawaban Responden atas Pernyataan Kedua pada Variabel Tempat (<i>Place Factor</i>).....	62
Tabel 4.6	Jawaban Responden atas Pernyataan Ketiga pada Variabel Tempat (<i>Place Factor</i>).....	63
Tabel 4.7	Jawaban Responden atas Pernyataan Pertama pada Variabel Kinerja (<i>Performance Factor</i>).....	65
Tabel 4.8	Jawaban Responden atas Pernyataan Kedua pada Variabel Kinerja (<i>Performance Factor</i>).....	66
Tabel 4.9	Jawaban Responden atas Pernyataan Ketiga pada Variabel Kinerja (<i>Performance Factor</i>).....	67
Tabel 4.10	Jawaban Responden atas Pernyataan Pertama pada Variabel Kepribadian (<i>Personality Factor</i>).....	68
Tabel 4.11	Jawaban Responden atas Pernyataan Kedua pada Variabel Kepribadian (<i>Personality Factor</i>).....	69

Tabel 4.12	Jawaban Responden atas Pernyataan Pertama pada Variabel Minat Berkunjung.....	70
Tabel 4.13	Jawaban Responden atas Pernyataan Kedua pada Variabel Minat Berkunjung	71
Tabel 4.14	Jawaban Responden atas Pernyataan Ketiga pada Variabel Minat Berkunjung.....	72
Tabel 4.15	Jawaban Responden atas Pernyataan Keempat pada Variabel Minat Berkunjung.....	73
Tabel 4.16	Tabel Nilai Korelasi <i>Product Moment</i>	74
Tabel 4.17	Hasil Uji Reliabilitas <i>Cronbach's Alpha</i>	75
Tabel 4.18	Hasil Uji Multikorelasi.....	79
Tabel 4.19	Tabel <i>Model Summary</i> Uji Regresi Linear Berganda.....	80
Tabel 4.20	Tabel Hasil ANOVA.....	80
Tabel 4.21	Tabel Hasil Uji Regresi Linear Berganda Metode <i>Enter</i>	81
Tabel 4.22	Tabel Hasil Uji Regresi Linear Berganda Metode <i>Stepwise</i>	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Diagram Destinasi yang Menarik untuk Dikunjungi Partisipan.....	6
Gambar 1.2	Istana Ratu Boko.....	7
Gambar 2.1	Kerangka Teoritis Penelitian.....	36
Gambar 4.1	Poster Film Ada Apa Dengan Cinta? 2.....	52
Gambar 4.2	Chart Karakteristik Reponden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Gambar 4.3	Chart Karakteristik Reponden Berdasarkan Usia.....	59
Gambar 4.4	Chart Karakteristik Reponden Berdasarkan Pengeluaran Rata-Rata Per Bulan.....	60
Gambar 4.5	Grafik Hasil <i>P-Plot</i> Uji Normalitas.....	77
Gambar 4.6	Grafik Histogram Hasil Uji Normalitas.....	77
Gambar 4.7	Grafik <i>Scatterplots</i> Penyebaran Data.....	78

DAFTAR LAMPIRAN

Kuesioner Penelitian

Hasil Mini Survey

Hasil Output Uji Validitas

Hasil Output Uji Reliabilitas

Hasil Output Uji Normalitas

Hasil Output Uji Heterokedasitas

Hasil Output Multikolinearitas

Hasil Output Uji Regresi Berganda Metode *Enter*

Hasil Output Uji Regresi Berganda Metode *Stepwise*

Hasil Wawancara