

DAFTAR ISI

	Halaman
Sampul Depan	i
Sampul Dalam	ii
Prasyarat Gelar	iii
Persetujuan	iv
Penetapan Panitia	v
Pernyataan Orisinalitas	vi
Kata Pengantar	vii
Ringkasan	ix
Summary	xi
Abstrak	xiii
Abstract	xiv
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xx
BAB I	
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Komunikasi Pemasaran Pariwisata	18
2.3 <i>Social Media Marketing</i> dan Pariwisata	24
2.4 <i>Media Richness Theory</i>	30
2.5 <i>Visual Complexity</i>	35
2.6 Kualitas Informasi	40
2.6.1 Teori <i>Elaboration Likelihood Model</i> (ELM)	41
2.6.2 Kualitas Argumen dan Kredibilitas Sumber	44
2.8 Citra Destinasi	47
2.8 Hubungan Antar Variabel	50
2.8.1 Hubungan antara <i>Media Richness</i> dan Kualitas Informasi	50
2.8.2 Hubungan antara <i>Media Richness</i> dan Citra Destinasi	51

2.8.3	Hubungan antara <i>Visual Complexity</i> dan Kualitas Informasi	51
2.8.4	Hubungan antara <i>Visual Complexity</i> dan Citra Destinasi	52
2.8.5	Hubungan antara Kualitas Informasi dan Citra Destinasi	53
2.9	Kerangka Pemikiran	53
BAB III	METODE PENELITIAN	56
3.1	Jenis Penelitian	56
3.2	Identifikasi Variabel	57
3.3	Subjek dan Partisipan Penelitian	57
3.4	Definisi Operasional Variabel	60
3.5	Desain Penelitian Eksperimental	67
3.6	Instrumen Penelitian	78
3.7	Prosedur Pengumpulan Data	79
3.8	Uji Validitas dan Reliabilitas	80
3.9	Teknik Analisis Data	83
3.10	Keterbatasan Penelitian	89
BAB IV	GAMBARAN UMUM PENELITIAN	91
4.1	Pasar Semarang Tinjomoyo sebagai Destinasi Digital	91
4.2	Promosi Pasar Semarang Tinjomoyo melalui Instagram	94
BAB V	HASIL DAN PEMBAHASAN	97
5.1	Cek Manipulasi	97
5.2	Hasil Penelitian	99
5.2.1	Karakteristik Partisipan	99
5.3	Deskripsi Tanggapan Partisipan	109
5.3.1	Deskripsi Variabel Kualitas Informasi	110
5.3.2	Deskripsi Variabel Citra Destinasi	113
5.4	Uji Data Analisis <i>Multivariate</i>	117
5.4.1	Uji Normalitas	118
5.4.2	Uji Linieritas	119
5.5	Uji Manova	120
5.5.1	Uji Asumsi Manova	120
5.5.2	Uji <i>Main Effects</i>	122
5.5.3	Uji <i>Multivariate dan Interaction Effects</i>	127
5.6	Uji Korelasi	128
5.7	Uji Regresi Linier Sederhana	129

5.8	Rangkuman Hasil Uji Hipotesis	131
5.9	Pembahasan	132
5.9.1	Hubungan <i>Media Richness</i> Konten Instagram terhadap Kualitas Informasi Pasar Semarang Tinjomoyo	132
5.9.2	Hubungan <i>Media Richness</i> Konten Instagram terhadap Citra Destinasi Pasar Semarang Tinjomoyo	133
5.9.3	Hubungan <i>Visual Complexity</i> Konten Instagram terhadap Kualitas Informasi Pasar Semarang Tinjomoyo	135
5.9.4	Hubungan <i>Visual Complexity</i> Konten Instagram terhadap Citra Destinasi Pasar Semarang Tinjomoyo	137
5.9.5	Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Citra Destinasi	140
BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN	142
6.1	Kesimpulan	142
6.2	Saran	144
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	18
Tabel 2.2	Enam Prinsip Kompleksitas Desain	39
Tabel 3.1	Kelompok Sub Sampel	58
Tabel 3.2	Pembagian Jenis <i>Media Richness</i>	60
Tabel 3.3	Pembagian Jenis <i>Visual Complexity</i>	61
Tabel 3.4	Definisi Operasional Variabel	65
Tabel 3.5	Desain <i>Between Subject</i> Faktorial 2 x 2	69
Tabel 3.6	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Informasi dan Citra Destinasi	81
Tabel 3.7	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Informasi dan Citra Destinasi	83
Tabel 3.8	Kekuatan Hubungan antar Variabel (R)	88
Tabel 5.1	Hasil Cek Manipulasi	98
Tabel 5.2	Karakteristik Partisipan berdasarkan Pengetahuan tentang Pasar Semarangan Tinjomoyo	99
Tabel 5.3	Karakteristik Partisipan berdasarkan Kepemilikan dan Keaktifan Penggunaan Instagram	100
Tabel 5.4	Karakteristik Partisipan berdasarkan Jenis Kelamin	102
Tabel 5.5	Karakteristik Partisipan berdasarkan Usia	103
Tabel 5.6	Karakteristik Partisipan berdasarkan Jejang Pendidikan	106
Tabel 5.7	Karakteristik Partisipan berdasarkan Penghasilan	107
Tabel 5.8	Kategori <i>Mean</i> dari Skor Interval	109
Tabel 5.9	Distribusi Jawaban Partisipan dari Variabel Kualitas Informasi	110
Tabel 5.10	Ringkasan Tanggapan Partisipan pada Variabel Kualitas Informasi	113
Tabel 5.11	Distribusi Jawaban Partisipan dari Variabel Citra Destinasi	114
Tabel 5.12	Ringkasan Tanggapan Partisipan pada Variabel Citra Destinasi	117
Tabel 5.13	Hasil Uji Linieritas	119
Tabel 5.14	<i>Test of Homogeneity of Variances</i>	120

Tabel 5.15	<i>Box's Test of Equality of Covarian Matrices</i>	122
Tabel 5.16	Hasil Uji <i>Main Effects</i>	122
Tabel 5.17	Output Uji Signifikansi <i>Multivariate</i> dan <i>Interaction Effect</i>	128
Tabel 5.18	Hasil Uji <i>Correlation Pearson</i>	129
Tabel 5.19	Hasil Uji Regresi Sederhana Citra Destinasi	129
Tabel 5.20	Rangkuman Hasil Uji Hipotesis	131

DAFTAR GAMBAR

		Halaman
Gambar 1.1	Akun Instagram Destinasi Wisata Luar Negeri dan Indonesia	4
Gambar 1.2	Akun Instagram Pasar Semarang Tinjomoyo	9
Gambar 2.1	Gambaran <i>Feature Complexity</i>	37
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran	56
Gambar 2.3	Kerangka Penelitian	57
Gambar 3.1	Perbandingan Kompleksitas Visual pada Foto Bertema Kuliner	72
Gambar 3.2	Perbandingan Kompleksitas Visual pada Foto Bertema Aktivitas Pengunjung di Destinasi Wisata	74
Gambar 3.3	Perbandingan Kompleksitas Visual pada Foto Bertema Suasana dan Fasilitas	75
Gambar 3.4	Perbandingan Kompleksitas Visual pada Video 1 dan 2	76
Gambar 3.5	Perbandingan Kompleksitas Visual pada Video 3 dan 4	77
Gambar 3.6	Perbandingan Kompleksitas Visual pada Video 5 dan 6	78
Gambar 4.1	Rakornas I Kemenpar di Bali pada bulan Maret 2018 yang Membahas tentang Destinasi Digital	91
Gambar 4.2	Konsep, Definisi, dan Sebaran Destinasi Digital di Indonesia	92
Gambar 4.3	Salah Satu Unggahan Foto oleh Akun @Pasarsemarangan tentang <i>Grand Opening</i> Pasar Semarang Tinjomoyo.	93
Gambar 4.4	Konten Promosi tentang Jadwal Gelaran Pasar Semarang Tinjomoyo	95
Gambar 4.5	Konten dari Pengguna Instagram lainnya yang Diunggah Ulang oleh @pasarsemarangan	96
Gambar 4.6	Komunikasi Dua Arah antara Pengelola Akun @pasarsemarangan dengan Pengguna Instagram	96
Gambar 5.1	Hasil Uji Normalitas	118
Gambar 5.2	Grafik Plot Kualitas Informasi	124
Gambar 5.3	Grafik Plot Citra Destinasi	125