UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Penerimaan dan Respon Pengguna TikTok terhadap Konten TikTok Embung Langensari sebagai Daya Tarik Wisata
Khanza Aqilla Nilam Cahaya, Yulita Kusuma Sari, S.T., M.Sc.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL i
HALAMAN SAMPUL DALAM BAHASA INGGRIS ii
HALAMAN JUDUL iii
LEMBAR PENGESAHAN iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT v
KATA PENGANTAR vi
DAFTAR ISI viii
DAFTAR GAMBAR xi
DAFTAR TABEL xiii
DAFTAR SINGKATAN xiv
DAFTAR LAMPIRAN xv
DAFTAR ISTILAH xvi
INTISARI xvii
ABSTRACT xviii

BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 5
1.3 Tujuan Penelitian 6
1.4 Manfaat Penelitian 6
1.5 Tinjauan Pustaka 8
1.5.1 Kajian Empiris Terdahulu 8
1.5.2 Kesenjangan Penelitian (*Research Gap*) 10
1.6 Landasan Teori 13
1.6.1 *Digital Marketing* 13
1.6.2 Teori Citra Destinasi (*Destination Image*) 15
1.7 Metode Penelitian 23
1.7.1 Lokasi & Waktu Penelitian 25

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Penerimaan dan Respon Pengguna TikTok terhadap Konten TikTok Embung Langensari sebagai Daya Tarik Wisata
Khanza Aqilla Nilam Cahaya, Yulita Kusuma Sari, S.T., M.Sc.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

1.7.2 Data dan Variabel Penelitian 27
1.7.3 Teknik Pengumpulan Data 29
1.7.4 Pengolahan Data 31
1.7.5 Analisis Data..... 33
1.7.6 Batasan Penelitian..... 34

BAB II GAMBARAN UMUM 37
2.1 Profil Embung Langensari 37
2.2 Aktivitas dan Daya Tarik Embung Langensari..... 41
2.3 Konteks TikTok dan Karakteristik Konten Embung Langensari 44
2.3.1 Media Sosial dan Perkembangannya dalam Pariwisata 44
2.3.2 Justifikasi Pemilihan TikTok dalam Penelitian 47
2.3.3 Perkembangan Konten TikTok Embung Langensari ... 49
2.3.4 Karakteristik Konten TikTok Embung Langensari 51

BAB III PEMBAHASAN 53
3.1 Karakteristik dan Pola Anatomi Konten TikTok Embung Langensari (*Stimulus*) 55
3.1.1 Representasi Elemen Visual dalam Membingkai Destinasi 57
3.1.2 Narasi Elemen Teks (*Overlay Text* dan *Caption*)..... 64
3.1.3 Atmosfer Elemen Audio (*Soundtrack* dan *Voiceovr*)... 69
3.2 Pembentukan Citra Embung Langensari sebagai Destinasi Kuliner (*Organism*)..... 74
3.2.1 Citra Kognitif: Transisi Spasial Embung Langensari Menjadi Destinasi Kuliner..... 79
3.2.2 Citra Afektif: Konstruksi Suasana Emosional Melalui Konten Organik (UGC) 86
3.3 Analisis Respons Audiens terhadap Konten TikTok (*Response*)..... 92

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Penerimaan dan Respon Pengguna TikTok terhadap Konten TikTok Embung Langensari sebagai Daya Tarik Wisata
Khanza Aqilla Nilam Cahaya, Yulita Kusuma Sari, S.T., M.Sc.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

3.3.1 Analisis Respons Audiens terhadap Konten TikTok melalui *Audience Engagement* 93
3.3.2 Analisis Respons Audiens terhadap Konten TikTok melalui Komentar Pengguna Tiktok 96

BAB IV PENUTUP 103
4.1 Kesimpulan 103
4.2 Rekomendasi 105
4.2.1 Rekomendasi bagi Pengelola Embung Langensari dan Dinas Pariwisata 105
4.2.2 Rekomendasi bagi Penelitian Selanjutnya 106
DAFTAR RUJUKAN 108
LAMPIRAN 115
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA TULIS 156