

## DAFTAR ISI

|  |     |
|--|-----|
| HALAMAN JUDUL .....                                    | i   |
| HALAMAN PENGAJUAN.....                                 | ii  |
| HALAMAN PENGESAHAN .....                               | iii |
| PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI .....                        | iv  |
| KATA PENGANTAR .....                                   | v   |
| DAFTAR ISI.....  | vii |
| DAFTAR TABEL.....                                      | ix  |
| DAFTAR GAMBAR .....                                    | x   |
| INTISARI .....   | xi  |
| ABSTRACT.....  | xii |
| I. PENDAHULUAN.....                                    | 1   |
| 1.1. Latar Belakang.....                               | 1   |
| 1.2. Rumusan Masalah.....                              | 3   |
| 1.3. Tujuan Penelitian .....                           | 4   |
| 1.4. Kegunaan Penelitian .....                         | 4   |
| II. TINJAUAN PUSTAKA.....                              | 4   |
| 2.1. Komunikasi Massa.....                             | 5   |
| a. Media sosial .....                                  | 5   |
| b. Instagram.....                                      | 6   |
| c. Promosi (Social Marketing).....                     | 7   |
| d. Keefektifan Komunikasi Massa .....                  | 9   |
| 2.2. Pembangunan Pertanian.....                        | 10  |
| a. Agrowisata .....                                    | 10  |
| b. Potensi Agrowisata .....                            | 12  |
| 2.3. Persepsi Pengunjung.....                          | 13  |
| 2.4. Keefektifan Instagram Sebagai Media Promosi ..... | 14  |
| 2.5. Kerangka Berpikir .....                           | 16  |
| 2.6. Hipotesis .....                                   | 18  |



|   |    |
|---|----|
| III. METODE PENELITIAN.....   | 20 |
| 3.1. Metode Dasar.....  | 20 |
| 3.2. Metode Pengambilan Sampel .....  | 20 |
| 3.3. Metode Pengumpulan Data.....   | 20 |
| 3.4. Jenis Data.....  | 21 |
| 3.5. Pembatasan Masalah.....  | 21 |
| 3.6. Konseptualisasi dan Pengukuran Variabel.....   | 22 |
| 3.7. Teknik Analisis Data .....   | 23 |
| IV. GAMBARAN UMUM AGROWISATA BHUMI MERAPI.....  | 27 |
| 4.1. Sejarah Agrowisata Bhumi Merapi .....  | 27 |
| 4.2. Visi misi Agrowisata Bhumi Merapi .....  | 27 |
| 4.3. Fasilitas Agrowisata.....  | 28 |
| 4.4. Instagram Agrowisata Bhumi Merapi .....  | 39 |
| 4.5. Kegiatan Promosi dan Jumlah Pengunjung .....   | 40 |
| 4.6. Struktur Organisasi Agrowisata Bhumi Merapi .....  | 41 |
| V. KARAKTERISTIK PENGUNJUNG .....   | 43 |
| 5.1. Jenis kelamin .....  | 43 |
| 5.2. Umur.....  | 43 |
| 5.3. Persepsi Pengunjung terhadap Instagram Agrowisata Bhumi Merapi .....   | 44 |
| 5.4. Kelengkapan Informasi Pada Instagram Agrowisata Bhumi Merapi berdasarkan<br>7C.....                                  | 48 |
| 5.5. Daya Tarik Foto/Video .....  | 51 |
| VI. KEEFEKTIFAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI AGROWISATA<br>BHUMI MERAPI YOGYAKARTA.....                                | 53 |
| 6.1. Keefektifan Instagram sebagai Media Promosi Agrowisata Bhumi Merapi<br>Yogyakarta .....                              | 53 |
| 6.2. Uji Regresi Terhadap Tingkat Keefektifan Instagram Sebagai Media Promosi<br>Agrowisata Bhumi Merapi Yogyakarta ..... | 57 |
| VII. PEMBAHASAN .....   | 64 |
| 7.1 Keefektifan Instagram Sebagai Media Promosi Agrowisata Bhumi Merapi<br>Yogyakarta.....                                | 64 |



|  |    |
|--|----|
| 7.2 Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Keefektifan Instagram Agrowisata<br>Bhumi Merapi Yogyakarta .....        | 68 |
| 1. Persepsi pengunjung terhadap instagram Agrowisata Bhumi Merapi .....  | 68 |
| 2. Daya tarik foto/video .....   | 71 |
| 7.3. Faktor-Faktor yang Tidak Berpengaruh Terhadap Keefektifan Instagram<br>Agrowisata Bhumi Merapi Yogyakarta ..... | 75 |
| 1. Umur .....  | 75 |
| 2. Frekuensi penggunaan instagram.....   | 77 |
| 3. Kelengkapan Informasi .....   | 77 |
| VIII. KESIMPULAN DAN SARAN.....  | 80 |
| 8.1 Kesimpulan.....  | 80 |
| 8.2 Saran.....   | 81 |
| DAFTAR PUSTAKA .....   | 82 |
| LAMPIRAN.....  | 85 |