

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

#### 1.1.1 Logo



Gambar 1 1  
Logo Kabupaten Kuningan  
Sumber: <http://disporapar.kuningankab.go.id>

#### a. Makna Umum Lambang Daerah Kabupaten Kuningan

Dengan modal semangat dinamis, konstruktif, sportif, semangat menegakkan keadilan, melenyapkan kebathilan, sanggup berjuang membangun dan bertaqwa kepada Allah SWT untuk mewujudkan masyarakat adil dan makmur berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945 dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia.

#### b. Arti Unsur-Unsur Lambang Daerah

- **Dasar** : Perisai berbentuk lambang Negara Kesatuan Republik Indonesia berarti tenang, penegak keamanan Pancasila dan UUD 1945 serta lambang keadaan yang selalu aman, tenteram dan sejahtera.
- **Kuda Jantan** : Melambangkan sifat masyarakat kuningan yang dinamis, konstruktif, kreatif, sportif, semangat menegakan keadilan dan melenyapkan kebathilan; Dalam sejarah perjuangan leluhur Kuningan dan masa gerilya dalam Kabupaten Kuningan, kuda digunakan sarana angkutan dan juga digunakan sebagai alat perjuangan, serta terkenal dengan Leutik-leutik kuda Kuningan (Kecil-kecil kuda Kuningan).
- **Gunung Ciremai** : Menunjukkan Kuningan berada di kaki gunung Ciremai, gunung tertinggi di Jawa Barat dengan tanahnya yang subur, udaranya sejuk dan nyaman, cocok untuk daerah wisata.

- **Air Sungai Lima Gelombang** : Air sungai melambangkan bahwa Kabupaten Kuningan memiliki lima sungai yang besar, yaitu Cisanggarung, Cijolang, Cisande, Cijangkelok dan sungai Citaal.
- **Bokor Kuning** : Melambangkan sejarah lahirnya Sang Adipati Kuningan yang kemudian menjadi kepala pemerintahan pertama di Kuningan pada tanggal 1 April 1498. Bokor Kuning diartikan juga sebagai lambang lahirnya Pemerintah Kabupaten Kuningan pada tanggal 1 September 1498.
- **Padi** : Melambangkan kesuburan di bidang pangan.
- **Kapas** : Melambangkan kesuburan di bidang sandang.

**c. Arti Warna**

- **Hijau** : Kemakmuran, kesejukan, ketenangan dan harapan (optimis)
- **Putih** : Kesucian, kebersihan, kejujuran, keadilan dan kewibawaan
- **Hitam** : Tegak, kuat, kebenaran, ampuh dan teguh
- **Biru** : Kesetiaan, ketaatan, kepatuhan, kebesaran jiwa, berpandangan luas, perasaan halus, rendah hati dan berjiwa besar
- **Kuning Emas** : Kesejahteraan, keagamaan, keagungan, keluhuran dan keluhungan

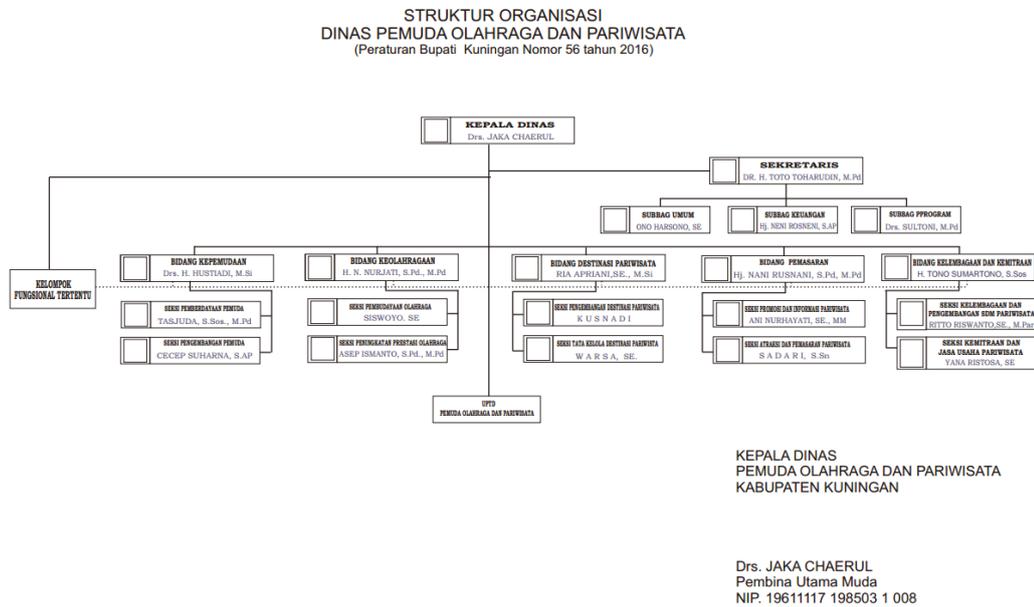
**1.1.1 Visi Dan Misi Instansi**

- **Visi:**  
 “Terwujudnya Insan Pemuda, Olahraga Dan Pariwisata Yang Unggul Serta Saing Tahun 2018”
- **Misi:**
  1. Meningkatkan Sarana dan Prasarana Pendukung Operasional Dinas.
  2. Meningkatkan Pembinaan Dan Peran Pemuda Sekaligus Pengembangan Potensi SDM Pemuda Secara Berkesinambungan.
  3. Meningkatkan Pembinaan Dan Pengembangan Olahraga Dan Pendidikan, Olahraga Rekreasi, Dan Olahraga Prestasi.
  4. Meningkatkan dan mengembangkan potensi pariwisata dalam rangka menjadikan Kuningan sebagai Daerah Tujuan Wisata.
  5. Meningkatkan dan mengembangkan jejaring pemasaran pariwisata.
  6. Mengembangkan kemitraan dan kerjasama antar stakeholder terkait pengembangan kepariwisataan.

### 1.1.3 Struktur Organisasi

#### Struktur Organisasi

#### Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Kuningan



Gambar 1 2

Struktur Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Kuningan  
(Sumber : <http://kuningankab.go.id/pemerintahan/skpd/dinas-pemuda-olah-raga-dan-pariwisata-kabupaten-kuningan>, diakses pada: 23/09/2018, pkl 12:55 WIB)

Struktur organisasi diatas merupakan struktur organisasi Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Kuningan, Jawa Barat yang dipimpin oleh Drs. Jaka Chaerul; Struktur tersebut menggambarkan secara umum bagian apa saja yang terdapat di Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Kuningan. Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata yang beralamat di Jalan Raya Ciloa No.40 A Kramatmulya Kuningan;

### 1.1.4 Program Kerja

Program kerja yang di lakukan oleh Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata (Disporapar) Kabupaten Kuningan, yaitu :

Tabel 1 1  
 Program Kerja Disporapar Kab Kuningan  
 Sumber : (<http://kuningankab.go.id/pemerintahan/skpd/dinas-pemuda-olah-raga-dan-pariwisata-kabupaten-kuningan>, diakses pada : 23/09/2018, pkl 12:55 WIB)

| No. | Nama Program   | Nama Kegiatan   |
|-----|--|---|
| I   | <b>Non Urusan</b>  |   |
|     | 1. Program Pelayanan Kantor  | 1. Penyediaan Jasa Komunikasi, Sumber, Daya Air dan Listrik<br>2. Penyediaan Jasa Kebersihan<br>3. Penyediaan Alat Tulis Kantor<br>4. Penyediaan Barang Percetakan dan Pengandaan<br>5. Penyediaan Komponen Instalasi Listrik/Penerangan Bangunan Kantor<br>6. Penyediaan Bahan Bacaan dan Peraturan Perundang-undangan<br>7. Penyediaan Makan dan Minuman<br>8. Rapat-rapat Koordinasi dan Konsultasi<br>9. Penyediaan Jasa Pengamanan Kantor<br>10. Penyediaan Jasa Tenaga Harian Lepas |
|     | 2. Program Peningkatan Sarana dan Prasarana Aparatur                             | 1. Pengadaan Mebelair<br>2. Pengadaan Peralatan dan Perlengkapan Gedung Kantor<br>3. Pemeliharaan Rutin/Berkala Gedung Kantor<br>4. Pemeliharaan Rutin/Berkala Kendaraan Dinas/Operasional<br>5. Pemeliharaan Rutin/Berkala Perlengkapan Gedung kantor<br>6. Pemeliharaan Rutin/Berkala Peralatan Gedung Kantor<br>7. Pemeliharaan Objek Wisata   |
|     | 3. Program Peningkatan Pengembangan Serta Pelaporan Capaian Kinerja dan keuangan | 1. Penyelenggaraan Perencanaan, Monitoring, dan Pelaporan Keuangan  |
|     | 4. Program Peningkatan Informasi   | 1. Pameran Pembangunan Tahunan dan Hadi Jadi Kuningan   |

|    |   |  |
|----|---|--|
|    | Pembangunan                             |  |
| II | <b>Urusan Wajib Non Pelayanan Dasar</b> |  |
|    | 1. Program Kepemudaan dan Olahraga      | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pekan Olahraga Pelajar Antar Wilayah</li> <li>2. Lomba Olahraga Tradisional Tingkat Kabupaten dan Tingkat propinsi</li> <li>3. Pembinaan Klub Olahraga Pelajar</li> <li>4. Pemeliharaan GOR Ewangga</li> <li>5. Kompetisi Sepakbola Liga Pelajar</li> <li>6. Peringatan Hari Olahraga Nasional</li> <li>7. POR Pemda</li> <li>8. POR Senitas</li> <li>9. Seleksi Calon Anggota Paskibra</li> <li>10. Seleksi Pemuda Pelopor</li> </ol><br><ol style="list-style-type: none"> <li>1. JPD, JPI dan BPAP</li> <li>2. Kemah Bakti Kesatuan Pemuda</li> <li>3. Kursus Mahir Lanjutan (KML) Pramuka</li> <li>4. Pembinaan OKP, Pemetaan Potensi dan Fasilitas Usaha Pemuda</li> <li>5. Kabizza Fest (Pameran Pembangunan Pemuda) Se Jawa Barat</li> <li>6. Pengadaan Sarana Kesenian Islami</li> <li>7. Pengadaan Alat Drum Band MI PUI dan MTs PUI Kecamatan Ciawigebang</li> <li>8. Pengadaan Sarana dan Prasarana Alat Olahraga Karang Taruna</li> <li>9. Pengadaan Perlengkapan Alat Olahraga Se-Kecamatan Ciniru</li> <li>10. Pengadaan Alat Kesenian SMAN Ciniru (Degung)</li> <li>11. Pengadaan Alat Olahraga Kecamatan Kadugede, Kecamatan Nusaherang dan kecamatan darma</li> <li>12. Pengadaan Sarana Pencak Silat PUSAKA RUNDAYAN Desa Babakan Kecamatan Jalansana</li> <li>13. Pengadaan Sarana Pencak Silat Desa Bojong Kecamatan Cilimus</li> <li>14. Penyelenggaraan Pekan Olahraga dan Seni antar Pondok Pesantren (POSPEDA) Tingkat Kabupaten Kuningan</li> <li>15. Pengadaan Peralatan Tenda dan Soundsystem Desa Timbang dan Desa babakanjati Kecamatan Cigandamekar</li> <li>16. Pengadaan Matras untuk 5 Perguruan Bela Diri</li> <li>17. Pengadaan Alat Drum Band SDN 3</li> </ol> |

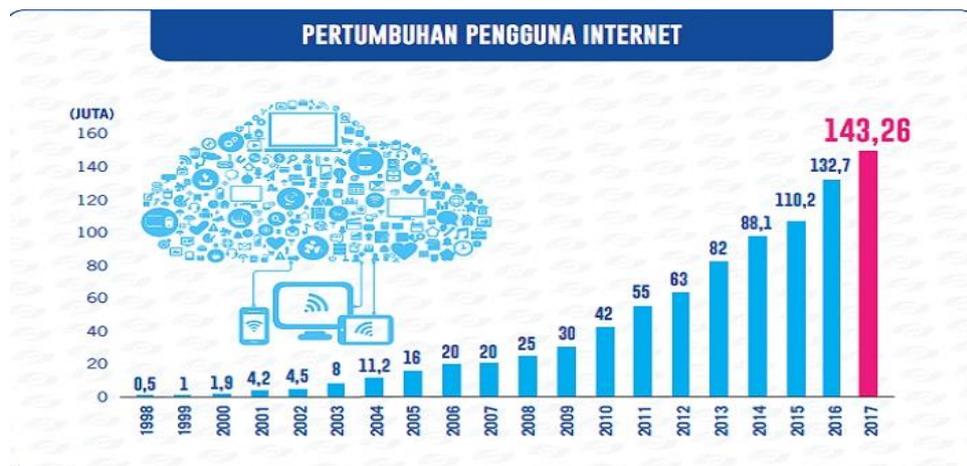
|     |  |  |
|-----|--|--|
|     |  | <p>Kalimanggis Kulon dan SDN 2 Sidaraja Kecamatan Ciawigebang</p> <p>18. Pengadaan Mebelair Dusun Manis Desa Cileuleuy Kecamatan Cigugur</p>   |
| III | <b>Urusan Pilihan Pariwisata</b>             |  |
|     | 1. Program Pengembangan Pemasaran Pariwisata | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pasanggiri Mojang jajaka</li> <li>2. Pengembangan Sarana Promosi dan Informasi Pariwisata</li> <li>3. Gelar Promosi Pariwisata Tahunan</li> <li>4. Festival Linggarjati</li> <li>5. Festival Bambu</li> <li>6. Penguatan Kapasitas Usaha Masyarakat dan Festiva Desa Wisata</li> <li>7. Seni Tradisi babarit dan Budaya Masyarakat Kuningan</li> <li>8. Apresiasi Seni tradisional Masyarakat Kuningan Sapton, panahan dan Pacuan Kuda</li> </ol>                        |
|     | 2. Program Pengembangan Destinasi Pariwisata | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penataan Open Space Gallery</li> <li>2. Destinasi Desa Wisata Cibuntu</li> <li>3. PembuatanBuku Profil Investasi Pariwisata</li> <li>4. Penyusunan DED Objek Daya Tarik Wisata</li> <li>5. Inventarisasi Potensi Objek Daya Tarik Wisata Desa/Kelurahan</li> <li>6. Destinasi Wisata Curug Toinjong Desa Jamberama Kecamatan Selajambe</li> <li>7. Destinasi Wisata Situs Lingga Buana Desa Sagarahieng Kecamatan Darma</li> </ol>                                       |
|     | 3. Program Pengembangan Kemitraan            | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Peningkatan Kerjasama Antar Organisasi Kepariwisataan</li> <li>2. Forum Bisnis Kemitraan Pelaku Pariwisata</li> <li>3. Sertifikasi Jasa Usaha Pariwisata Kabupaten Kuningan</li> <li>4. Pengembangan Kemitraan Pelaku Jasa Usaha Pariwisata</li> <li>5. Lomba Sapta Pesona Jasa Usaha Pariwisata</li> <li>6. Pembuatan Profil Jasa Usaha Pariwisata Kabupaten Kuningan</li> <li>7. Workshop Pemberdayaan Kompepar dan Sertifikasi Tenaga Kerja Kepariwisataan</li> </ol> |

## 1.2 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi yang sangat pesat mempermudah kehidupan manusia dalam hal berkomunikasi dan mendapatkan berbagai informasi yang dibutuhkan; Teknologi sudah diibaratkan seperti oksigen, karena tidak bisa dipisahkan lagi dari kehidupan manusia; Hadirnya media baru berbasis teknologi dengan menggunakan jaringan internet dapat memenuhi semua kebutuhan manusia dan menjadikan dunia ini tidak ada batasnya.

Hasil survei yang berkerja sama dengan Teknopreneur yaitu Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyebutkan, *“Penetrasi pengguna internet di Indonesia meningkat menjadi 143,26 juta jiwa atau setara 54,7 persen dari total populasi republik Indonesia. Pada survei 2016 ke 2017”*, ujar Henry K Soemartono, Sekretaris Jendral APJII, saat memaparkan hasil survei di Jakarta.

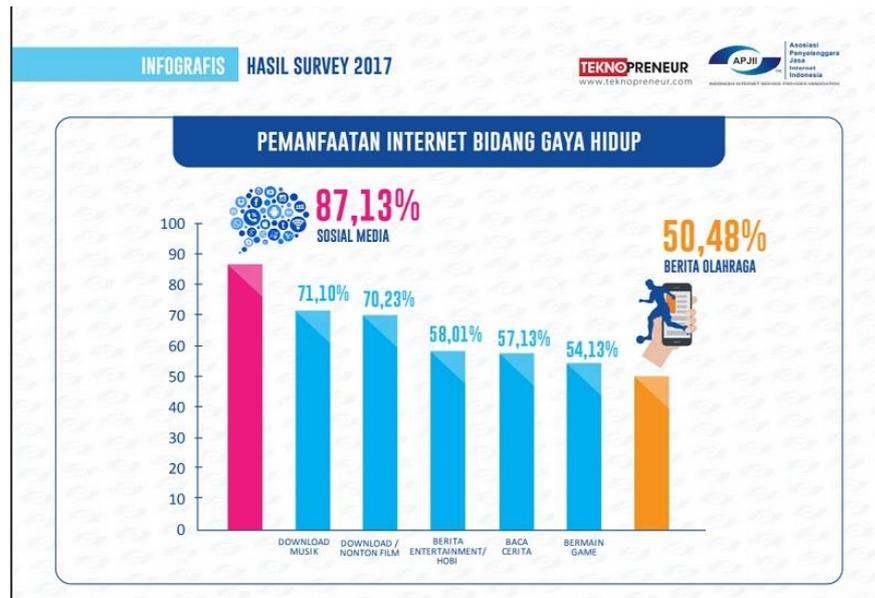
([www.apjii.or.id](http://www.apjii.or.id), diakses pada 18/01/2019, pkl 15:16 WIB)



Gambar 1 3  
Pertumbuhan Pengguna Internet Indonesia  
(Sumber : <https://apjii.or.id/survei>, diakses pada: 18/01/2019, pkl 15:17 WIB)

Dari kutipan diatas menjelaskan bahwa masyarakat Indonesia sangat menerima dengan positif kehadiran Internet, karena dilihat dari laju pertumbuhan pengguna internet di Indonesia yang meningkat setiap tahunnya.

Penggunaan internet yang meningkat tersebut menjadikan masyarakat sebagai pengguna aktif internet yang bisa terhubung satu sama lain; Pemanfaatan internet terhadap gaya hidup masyarakat di Indonesia pada tahun 2017 terdapat media sosial pada peringkat pertama berdasarkan hasil survey APJII.



Gambar 1 4  
 Pemanfaatan Internet Bidang Gaya Hidup  
 (Sumber : <https://apjii.or.id/survei>, diakses pada: 06/08/2019, pkl 22:14 WIB)

Dari hasil survey APJII tersebut menyatakan bahwa media sosial merupakan suatu hal yang paling diminati oleh masyarakat Indonesia dalam pemanfaatan internet dibidang gaya hidup yaitu sebesar 87.13%; Karena dengan menggunakan media sosial, masyarakat bisa saling berbagi informasi, berhubungan satu sama lain melalui *chatting, videocall, calling*, menonton video dan lainnya.

Dan dalam kegiatan Bimbingan Teknis SDM Penyiaran angkatan ke 30 yang digelar Komisi Penyiaran Indonesia (KPI), di Jakarta, Direktur Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi dan Informatika, Rosarita Niken Widiastuti mengungkapkan bahwa *“Hasil penelitian dari UNESCO menyimpulkan bahwa 4 dari 10 orang Indonesia aktif di media sosial; Dan masyarakat menggunakan pola komunikasi 10 to 90 dalam bermedia sosial. 10 persen masyarakat yang memproduksi informasi, sedangkan 90 persen cenderung mendistribusikannya.”*

([https://www.kominfo.go.id/content/detail/14136/angka-penggunaan-media-sosial-orang-indonesia-tinggi-potensi-konflik-juga-amat-besar/0/sorotan\\_media](https://www.kominfo.go.id/content/detail/14136/angka-penggunaan-media-sosial-orang-indonesia-tinggi-potensi-konflik-juga-amat-besar/0/sorotan_media), diakses pada 06/08/2019, pkl 22:32 WIB)

Dari penjelasan diatas menjelaskan bahwa, penggunaan media sosial di Indonesia bertumbuh pesat, sehingga masyarakat harus lebih cerdas dan berhati-hati dalam memilih dan memilah berita yang palsu dan bukan, karena 90% masyarakat

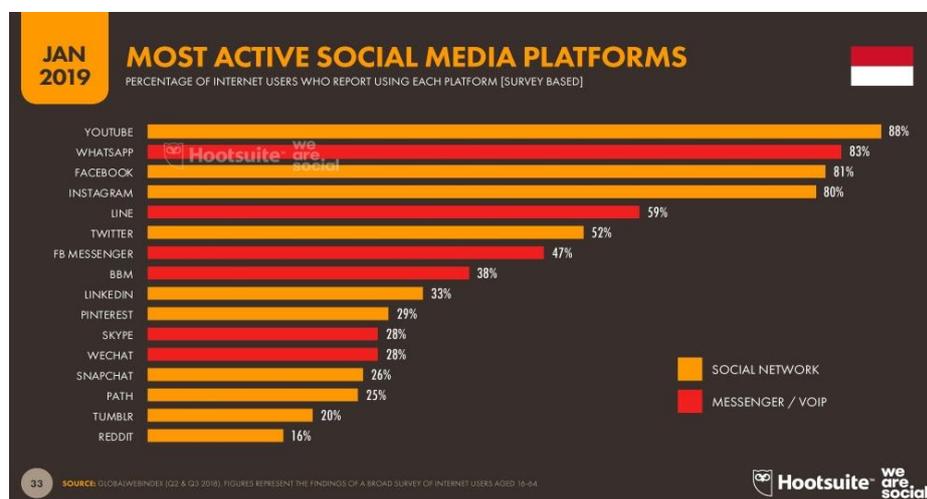
cenderung mendistribusikannya; Maka dari itu sebelum menyebarkan berita, langkah lebih baiknya mencari informasi sesuai dengan data dan fakta dari berbagai sumber.

Menurut Antony Mayfield (2008) menjelaskan bahwa, media sosial yaitu dimana pengguna dapat dengan mudah berpartisipasi menciptakan pesan dan saling berbagi; Media sosial termasuk blog, jejaring sosial, wiki/ensiklopedia online, forum-forum online, dan termasuk virtual worlds (avatar/karakter 3D).

Salah satu kategori yang termasuk kedalam media sosial yaitu jejaring sosial; Menurut Saxena (2014) menjelaskan bahwa, jejaring sosial adalah media sosial yang paling populer; Media sosial tersebut memungkinkan anggota untuk berinteraksi satu sama lain; Interaksi tersebut tidak hanya pada pesan teks, tetapi termasuk foto dan video yang mungkin menarik pengguna lain; Semua *posting* (publikasi) merupakan *real time* yang memungkinkan anggota untuk berbagi informasi seperti kejadian yang terjadi.

Dikutip dari liputan6.com, Indonesia berada diposisi ke 4 tingkat dunia dengan jumlah pengguna yaitu 56 juta; Dengan pengguna terbanyak berusia 18-24 tahun dan rata-rata pengguna berjenis kelamin laki-laki 1.9% lebih banyak daripada pengguna berjenis kelamin perempuan; Bersaing dengan Amerika yang berada diposisi pertama yaitu 110 juta pengguna, Brasil berada diposisi kedua yaitu 66 juta, dan India berada diposisi ketiga yaitu 64 juta pengguna.

([https://www.liputan6.com/teknoread/3998624/jumlah-pengguna-instagram-dan-facebook-indonesia-terbesar-ke-4-di-dunia?related=dable&utm\\_expid=.9Z4i5ypGQeGiS7w9arwTvQ.1&utm\\_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F](https://www.liputan6.com/teknoread/3998624/jumlah-pengguna-instagram-dan-facebook-indonesia-terbesar-ke-4-di-dunia?related=dable&utm_expid=.9Z4i5ypGQeGiS7w9arwTvQ.1&utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F), diakses pada 06/08/2019, pkl 23:10 WIB)



Gambar 1 5  
Social Media Platforms

(Sumber: <https://websindo.com/indonesia-digital-2019-media-sosial/>, diakses pada: 06/08/2019, pkl 23:03 WIB)

Menurut *We Are Social* dan *Hootsuite* pada hasil survey Januari 2019 terhadap Platform media sosial yang aktif terbanyak yang diakses melalui websindo.com yaitu *YouTube* berada pada posisi pertama yaitu 88%, *Whatsapp* berada pada posisi kedua yaitu 83%, *Facebook* berada pada posisi ketiga yaitu 81%, *Instagram* pada posisi keempat yaitu 80% dan *Line* pada posisi kelima yaitu 59%; *Instagram* berada diposisi ke empat yang berbeda tipis 1% dengan *facebook*, karena *Instagram* dan *Facebook* mempunyai fitur-fitur yang hampir sama sehingga peminat dalam menggunakan jejaring sosial itupun sangat beda tipis, tetapi dapat dibedakan dengan *Instagram* yang berfokus pada foto dan video.

*Instagram* resmi dibentuk pada tahun 2010 oleh *Kevin Systrom* dan *Mike Krieger*; Menurut Sulianta (2015:119) *Instagram* merupakan layanan berbasis internet sekaligus jejaring sosial untuk berbagi cerita via gambar digital; Para pengguna *smartphone* sering menggunakan *Instagram* untuk langsung membagikan hasil jepretannya di *Instagram*.

Berkembangnya penggunaan *Instagram* dikalangan masyarakat, menjadikan *Instagram* semakin meningkatkan kualitasnya; Sehingga tidak hanya membagikan hasil jepretannya berupa gambar dan video, masyarakat bisa menggunakan *Instagram* untuk mengespresikan diri melalui fitur *live*, *rewind*, *IGTV*, *boomerang* dengan menggunakan dengan efek-efek tertentu sesuai dengan selera pengguna.

*Instagram* tidak hanya digunakan oleh pengguna individu saja, tetapi terdapat banyak akun komunitas dan perusahaan yang menggunakan *Instagram*; Seperti dimanfaatkan sebagai media untuk menyebarkan informasi pariwisata oleh komunitas maupun perusahaan; Menjadikan *Instagram* sebagai kekuatan media untuk menyebarkan informasi kepada wisatawan, karena sifat *Instagram* yang serempak, menyeluruh dan bisa diakses kapanpun dan dimanapun melalui *smartphone* dan internet.

Narasumber acara Inspirasi Kelana Dian Angge Anggraini mengungkapkan bahwa "*Peranan instagram cukup besar. Untuk pariwisata sendiri, banyak traveler sekarang ikut mulai berwisata setelah melihat foto di Instagram. Instagram menjadi*

*platform efektif untuk menyebarkan informasi pariwisata,"* kepada KompasTravel usai acara diskusi di Galeri Indonesia Kaya, Jakarta.

(<https://travel.kompas.com/read/2015/07/04/0916000/Instagram.Efektif.Menyebarkan.Informasi.Pariwisata.%20%20%20>, diakses pada 06/08/2019, pkl 23:10 WIB).

Dari kutipan diatas menjelaskan bahwa peran *Insragram* dalam penyebaran informasi cukup berpengaruh dan dapat menarik minat untuk mengunjungi pariwisata di Indonesia; Karena wisatawan bisa melihat foto atau video dari hasil wisatawan lainnya atau perusahaan melalui *Instagram*; Sebagai referensi wisatawan sebelum mendatangi daerah pariwisata dan wisatawan bisa mengikuti akun tersebut untuk mendapatkan informasi-informasi pariwisata lainnya.

Menurut Chris Burkard salah seorang fotografer yang mempunyai dua juta *followers* yang dikutip di okezone.com mengungkapkan bahwa “*Sekarang Anda tinggal tekan beberapa gambar di Instagram kemudian membeli tiket untuk pergi ke sana. Saya pernah bertemu seseorang yang travel ke suatu tempat karena foto saya.*”

(<https://lifestyle.okezone.com/read/2017/02/01/406/1606982/seberapa-besar-instagram-pengaruhi-industri-pariwisata-di-dunia>, diakses pada 06/08/2019, pkl 23:20 WIB)

Dari kutipan diatas menjelaskan bahwa wisatawan bisa tertarik mendatangi tempat wisata karena salah satu foto yang dilihatnya di *Instagram*; Menjadikan media *Instagram* sebagai media untuk menukar informasi; Daya tarik terhadap tempat wisata tersebut bisa meningkat dan bisa dikenal oleh para wisatawan lainnya.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Hanifa Thiflatun Husna (2017) mengungkapkan bahwa dalam penerapannya @explorebandung memberikan pengaruh yang baik terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisata di kota Bandung, hal tersebut terlihat dari hasil uji statistic yang didapatkan sebesar 74.5% dalam kategori baik.

(<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/140625/slug/pengaruh-fitur-instagram-explorebandung-terhadap-pemenuhan-kebutuhan-informasi-wisata-di-kota-bandung.html>, diakses pada 10/08/2019, pkl 20:24 WIB)

Jenis dari pariwisata bisa berupa pariwisata seni budaya, pariwisata untuk pemulihan kesehatan, pariwisata olahraga, pariwisata perdagangan, pariwisata

politik, pariwisata sosial dan pariwisata keagamaan, baik itu wisata alami maupun wisata buatan manusia. (Yoeti, 1996:124).

Pariwisata merupakan bagian dari kebutuhan kehidupan manusia, kebutuhan untuk kesehatan, edukasi, bisnis, dan menghilangkan rasa jenuh dari kegiatan bekerja atau belajar sehari-hari.

Salah satu sektor pariwisata yang paling diminati oleh wisatawan yaitu pada objek wisata; Daerah-daerah yang mempunyai potensi untuk menjadi kawasan obyek wisata dimanfaatkan sebaik dan sekreatif mungkin, dan diperhatikan pula dari segi atraksi, fasilitas, akomodasi dan aksesibilitas.

Menurut Asisten Deputi Pengembangan Wisata Alam dan Buatan Kemenpar Alexander Reyaan menjelaskan bahwa *"Potensi pariwisata Jawa Barat paling besar di Indonesia. Selain alam yang indah, keanekaragaman seni dan budaya, kuliner, juga wisata petualangan. Ini menjadi daya tarik bagi wisatawan,"* pada acara Bimbingan Teknis (Bimtek) Wisata Petualangan dan FGD di Hotel Café and Resto 101, Jalan Ir H Djuanda (Dago), Kota Bandung.

<https://jabar.sindonews.com/read/1170/3/potensi-wisata-petualangan-di-jabar-paling-besar-di-indonesia-1536224987>, diakses pada 06/08/2019 pkl 23:45 WIB)

Jawa Barat merupakan salah satu Provinsi yang terdapat di Pulau Jawa, beberapa kota dan kabupaten di Jawa Barat memiliki keindahan alam yang berpotensi pada sektor pariwisata dan dapat menarik wisatawan dari berbagai belahan Dunia; Oleh karena itu, menjelajahi alam Jawa Barat menjadi pengalaman yang tak terlupakan.

Dikutip dari kompasiana.com, Ciayumajakuning (Kabupaten/Kota Cirebon, Kabupaten Indramayu, Kabupaten Majalengka dan Kabupaten Kuningan) menjadi magnet raksasa perekonomian, baik skala internasional, nasional maupun regional; Sektor industri jasa dan manufaktur seperti batik, rotan, makanan olahan, dan perdagangan berpusat di Kota Cirebon dan Kabupaten Cirebon, komoditas unggulan dalam bidang pertanian seperti manga gedong gincu yang berada di Kabupaten Majalengka, Kabupaten Indramayu menjadi penghasil minyak dan gas, sedangkan sektor pariwisata menjadi andalan Kabupaten Kuningan yang mengandalkan hutan disekitar gunung Ciremai.

<https://www.kompasiana.com/imsitumeang/5517a7f181331172689de42a/ciayumajakuning-masa-depan-jawa-barat-bagian-timur>, diakses pada 06/08/2019 pkl 23:50 WIB)

Dari kutipan diatas menjelaskan bahwa, Kabupaten Kuningan termasuk salah satu daerah yang mempunyai potensi yang canggih pertumbuhannya terutama dalam sektor pariwisata; Dengan kawasan yang sejuk karena berada di Lembah Gunung Ciremai dan memiliki keunggulan dalam sektor pariwisata alam, seperti gunung Ciremai, pemandian air panas, bahkan wisata sejarah; Dan juga memiliki fasilitas penunjang untuk memajukan objek wisata yang menarik wisatawan lebih banyak lagi, seperti tersedianya perhotelan, toko oleh-oleh, rumah makan, transportasi, dan fasilitas-fasilitas lainnya.

Tabel 1 2  
 Daya Tarik Wisata Ciayumajakuning di Jawa Barat Tahun 2018  
 Sumber : [http://satudata.jabarprov.go.id/satudata/urusan/IS\\_EKONOMI](http://satudata.jabarprov.go.id/satudata/urusan/IS_EKONOMI), diakses pada 07/08/2019  
 pk1 01:58 WIB)

| No. | Kabupaten/Kota       | Jenis Daya Tarik Wisata |        |        | Jumlah Daya Tarik Wisata |
|-----|----------------------|-------------------------|--------|--------|--------------------------|
|     |                      | Alam                    | Budaya | Buatan |                          |
| 1   | Kota Cirebon         | 1                       | 14     | 2      | 17                       |
| 2   | Kabupaten Cirebon    | 7                       | 116    | 10     | 133                      |
| 3   | Kabupaten Indramayu  | 13                      | 9      | 6      | 28                       |
| 4   | Kabupaten Kuningan   | 23                      | 4      | 9      | 36                       |
| 5   | Kabupaten Majalengka | 99                      | 39     | 37     | 175                      |

Pada tabel 1.2 menjelaskan jenis daya tarik wisata yang berada di daerah Ciayumajakuning pada tahun 2018 yaitu, Kabupaten Majalengka pada urutan pertama dengan jumlah daya tarik wisata 175 jenis wisata terdapat 99 jenis wisata alam, 39 jenis wisata budaya dan 37 jenis wisata buatan; Pada urutan kedua terdapat Kabupaten Cirebon dengan jumlah daya tarik wisata 133 jenis wisata terdapat 7 jenis wisata alam, 116 jenis wisata budaya dan 2 jenis wisata buatan; Dan pada urutan ketiga terdapat Kabupaten Kuningan dengan jumlah daya tarik wisata 36 jenis wisata terdapat 23 jenis wisata alam, 4 jenis wisata budaya dan 9 jenis wisata buatan.

Meskipun Kabupaten Kuningan berada di urutan ketiga dalam jenis daya tarik wisata di daerah Ciayumajakuning pada tahun 2018, berdasarkan hasil Pariwisata dan Budaya Jawa Barat dalam Angka Tahun 2018 yang disusun oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat yang diakses melalui [satudata.jabarprov.go.id](http://satudata.jabarprov.go.id); Semua jenis daya tarik wisata di Kabupaten Kuningan

termasuk kedalam Jenis Daya Tarik Wisata Unggulan Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Barat pada tahun 2018.

Salah satu jenis daya tarik wisata unggulan yang berada di Kabupaten Kuningan yaitu Gedung Perundingan Linggarjati; Pada hari Sabtu 17 November 2018 telah diselenggarakan acara Internasional Angklung Festival 2018 yaitu Handru Juang, Naratas Lambaran Sajarah yang dihadiri oleh perwakilan 15 negara.

Menteri Pariwisata Arief Yahya mengapresiasi acara tersebut dan mengungkapkan bahwa *“beberapa komponen utama perlu menjadi perhatian dalam rangka menarik minat wisatawan untuk berkunjung dan menikmati keindahan alam dan budaya angklung ini sehingga tepat sasaran baik kepada wisatawan nusantara maupun mancanegara.”*

(<http://disporapar.kuningankab.go.id/web/2018/11/17/15-negara-hadiri-international-angklung-festival-2018-di-kuningan/>, diakses pada 18/02/2019 pkl 16:19 WIB)

Selain alat musik angklung yang diwariskan secara turun temurun yang sudah dikembangkan dari tahun 1938 oleh Daeng Soetigna; Wisata pacuan kuda juga menjadi salah satu kearifan lokal di Kabupaten Kuningan, yang dijadikan sebagai acara tahunan oleh Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Kuningan; Pepatah leluhur Kuningan mengatakan leutik-leutik kuda Kuningan atau kecil-kecil kuda Kuningan yang menjadi ciri khas Kabupaten Kuningan sebagai kota Kuda; Dari pepatah tersebut memiliki arti bahwa Kuningan merupakan wilayah yang kecil tetapi Kuningan harus menunjukkan bahwa Kuningan mempunyai prestasi yang luar biasa.

Kabupaten Kuningan menyelenggarakan *event sport tourism international* yang bernama *Tour De Linggarjati* untuk mendatangkan wisatawan nusantara dan mancanegara; Pada tanggal 26-28 Oktober 2018 acara *Tour De Linggarjati* diselenggarakan, acara tersebut telah menjadi agenda tahunan yang digelar sejak tahun 2015.

Ketua Pelaksana *Tour De Linggarjati* Agus Sadeli menyebutkan bahwa 200 pembalap dari berbagai klub sepeda nasional dan luar negeri, *“Pembalap sudah terdaftar untuk TdL 2018 sebanyak 142 orang, terdiri dari Malaysia 23 orang, Philipina 9 orang, Great Britain (Britania), Slovenia, German, dan Belanda masing-masing satu orang, dari Singapura 3 orang, dan pembalap Indonesia 102 orang”*

<https://www.pikiran-rakyat.com/olah-raga/2018/10/22/balap-sepeda-bergengsi-tour-de-linggarjati-2018-digelar-akhir-pekan-ini-432037>, diakses pada 06/08/2019 pkl 23:55 WIB)

Dari beberapa hasil pemaparan diatas, dapat dilihat dari tabel 1.3 data kunjungan pariwisata pada tahun 2017 dan tabel 1.4 data kunjungan pariwisata pada tahun 2018 wisatawan ke Kabupaten Kuningan, sebagai berikut:

Tabel 1 3  
Data Kunjungan Pariwisata Tahun 2017  
Sumber : Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Kuningan

| NO                         | BULAN     | HOTEL            |          | OBJEK            |            | RUMAH MAKAN    |
|----------------------------|-----------|------------------|----------|------------------|------------|----------------|
|                            |           | WISNUS           | WISMAN   | WISNUS           | WISMAN     | WISNUS         |
| 1                          | Januari   | 12,300           | -        | 160,558          | 9          | 61,643         |
| 2                          | Pebruari  | 13,064           | -        | 93,414           | 9          | 53,871         |
| 3                          | Maret     | 15,658           | -        | 105,777          | 14         | 57,098         |
| 4                          | April     | 17,769           | -        | 131,499          | 13         | 60,778         |
| 5                          | Mei       | 15,917           | -        | 130,411          | 33         | 65,640         |
| 6                          | Juni      | 12,864           | -        | 289,526          | 110        | 50,618         |
| 7                          | Juli      | 16,550           | -        | 179,242          | 16         | 59,632         |
| 8                          | Agustus   | 20,854           | -        | 120,632          | 7          | 64,313         |
| 9                          | September | 21,091           | -        | 115,088          | 6          | 71,552         |
| 10                         | Oktober   | 20,964           | -        | 118,532          | -          | 67,502         |
| 11                         | Nopember  | 39,362           | -        | 216,866          | 12         | 104,538        |
| 12                         | Desember  | 53,665           | -        | 307,418          | 78         | 125,115        |
| <b>Jumlah</b>              |           | <b>260,058</b>   | <b>-</b> | <b>1,968,963</b> | <b>307</b> | <b>842,300</b> |
| <b>Total</b>               |           | <b>260,058</b>   |          | <b>1,969,270</b> |            | <b>842,300</b> |
| <b>TOTAL</b>               |           | <b>3,071,628</b> |          |                  |            |                |
| Realisaasi terhadap target |           | <b>156</b>       |          |                  |            |                |

Tabel 1 4  
Data Kunjungan Pariwisata Tahun 2018  
Sumber : Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Kuningan

| NO            | BULAN     | HOTEL          |            | OBJEK            |            | RUMAH MAKAN      |
|---------------|-----------|----------------|------------|------------------|------------|------------------|
|               |           | WISNUS         | WISMAN     | WISNUS           | WISMAN     | WISNUS           |
| 1             | Januari   | 22,852         | 3          | 161,808          | 25         | 116,559          |
| 2             | Pebruari  | 19,852         | 38         | 89,829           | 18         | 102,899          |
| 3             | Maret     | 23,214         | 16         | 99,018           | 23         | 92,684           |
| 4             | April     | 23,836         | 62         | 110,156          | 32         | 93,762           |
| 5             | Mei       | 21,568         | 6          | 113,926          | 4          | 74,719           |
| 6             | Juni      | 25,753         | -          | 382,117          | 10         | 98,466           |
| 7             | Juli      | 26,098         | 6          | 157,418          | 17         | 89,868           |
| 8             | Agustus   | 24,477         | 13         | 146,228          | 9          | 132,423          |
| 9             | September | 26,978         | 3          | 150,712          | 17         | 207,339          |
| 10            | Oktober   | 27,050         | 99         | 147,199          | 28         | 200,350          |
| 11            | Nopember  | 25,610         | 16         | 127,086          | 12         | 170,301          |
| 12            | Desember  | 29,616         | 37         | 462,080          | 35         | 177,744          |
| <b>Jumlah</b> |           | <b>296,904</b> | <b>299</b> | <b>2,147,577</b> | <b>230</b> | <b>1,557,114</b> |

|                            |                  |                  |                  |
|----------------------------|------------------|------------------|------------------|
| <b>Total</b>               | <b>297,203</b>   | <b>2,147,807</b> | <b>1,557,114</b> |
| <b>TOTAL</b>               | <b>4,002,124</b> |                  |                  |
| Realisaasi terhadap target | 195              |                  |                  |

Dari tabel diatas menjelaskan bahwa peningkatan wisatawan pariwisata pada tahun 2017-2018 setiap bulannya yang menduduki urutan paling tinggi yaitu pada bulan Desember; Karena di bulan Desember bertepatan dengan libur panjang sekolah dan juga hari Raya Natal dan Tahun Baru.

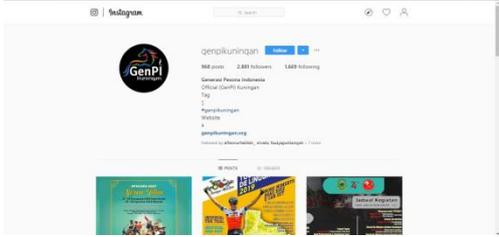
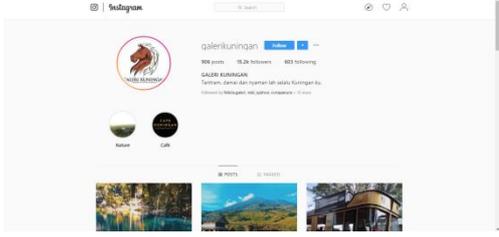
Pariwisata merupakan citra khusus dari suatu daerah dan dengan seiring perkembangan teknologi yang dapat dimanfaatkan sebaik mungkin; Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata (Disporapar) Kabupaten Kuningan, memberdayakan komunitas Generasi Pesona Indonesia atau Genpi yang diresmikan oleh Disporapar Kabupaten Kuningan pada bulan April 2017; Genpi merupakan komunitas kota atau kabupaten yang dibentuk oleh Kementrian Pariwisata Republik Indonesia.



Gambar 1 6  
Logo Generasi Pesona Indonesia (Genpi) Kabupaten Kuningan  
(Sumber : [genpikuningan.org](http://genpikuningan.org), diakses pada: 19/02/2019, pk1 01:39 WIB)

Salah satu tugas dari Generasi Pesona Indonesia (Genpi) Kabupaten Kuningan yaitu mengelola semua media sosial pariwisatakuningan dengan menyebarkan informasi potensi pariwisata di Kabupaten Kuningan melalui media sosial; Alasan peneliti meneliti komunitas Genpi Kabupaten Kuningan dibandingkan komunitas lainnya yang berada di Kabupaten Kuningan yaitu, karena akun *Instagram* Genpi yang *followers* nya masih relative sedikit, komunitas yang dibentuk oleh Kementrian Pariwisata Republik Indonesia, komunitas yang diresmikan oleh Disporapar Kabupaten Kuningan untuk menyebarkan informasi pariwisata di Kabupaten Kuningan.

Tabel 1 5  
Perbandingan followers komunitas wisata Kabupaten Kuningan

| <p style="text-align: center;"><b>Akun Instagram Komunitas Kabupaten Kuningan</b></p>                                    | <p style="text-align: center;"><i>Followers</i></p>   |
|--|---|
| <p><b>@genpikuningan</b></p>            | <p><i>Followers @genpikuningan</i><br/>2.881 diakses 07 Agustus 2019 pkl 12:26 WIB</p>          |
| <p><b>@instanusantarakuningan</b></p>  | <p><i>Followers @instanusantarakuningan</i><br/>3.947 diakses 07 Agustus 2019 pkl 12:26 WIB</p> |
| <p><b>@galerikuningan</b></p>         | <p><i>Followers @galerikuningan</i><br/>15,2 ribu diakses 07 Agustus 2019 pkl 12:26 WIB</p>     |
| <p><b>@explorekuningan</b></p>        | <p><i>Followers @explorekuningan</i><br/>18,6 ribu diakses 07 Agustus 2019 pkl 12:26 WIB</p>    |
| <p><b>@pesonakuningan</b></p>         | <p><i>Followers @pesonakuningan</i><br/>86,1 ribu diakses 07 Agustus 2019 pkl 12:26 WIB</p>     |

Dari tabel diatas menjelaskan bahwa *followers* akun *instagram* @genpikuningan memiliki *followers* paling sedikit yaitu 2.881 diakses 07 Agustus 2019 pkl 12:26 WIB, diantara akun *instagram* lainnya seperti @instanusantarakuningan 3.947, @galerikuningan 15,2 ribu, @explorekuningan 18,6 ribu, dan yang paling banyak yaitu @pesonakuningan 86,1 ribu; Perbandingan *followers* yang cukup signifikan dengan *instagram* lainnya; *Instagram* Genpi mempunyai tagar sama seperti *instagram* lainnya yaitu #genpikuningan dan #hayukakuningan; Genpi telah memposting sebanyak 968 postingan di *instagram* berupa foto dan video yang berkaitan dengan pariwisata di Kabupaten Kuningan dan seluruh wilayah Indonesia dan disertai dengan caption yang menarik.

Selain mengelola akun komunitas wisata @genpikuningan, anggota komunitas Genpi juga mengelola seluruh akun media informasi pemerintah Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata (Disporapar) Kabupaten Kuningan; Media informasi yang dikelola oleh Genpi Kuningan yaitu @pariwisatakuningan.



Gambar 1 7

Media Informasi Pariwisata Kuningan

(Sumber : [genpikuningan.org](http://genpikuningan.org), diakses pada: 19/02/2019, pkl 01:39 WIB)

Disporapar Kabupaten Kuningan memberi nama akun media informasinya yaitu Pariwisata Kuningan, supaya wisatawan bisa dengan mudah mengingat saat akan mencari pariwisata apa saja yang terdapat di Kabupaten Kuningan melalui media sosial; Disporapar Kabupaten Kuningan bekerja sama dengan Genpi Kabupaten Kuningan, dengan cara Disporapar memberikan hasil lapangan berupa bahan foto, video, dan materi berita kepada Genpi Kabupaten Kuningan untuk diberikan sentuhan-sentuhan dengan bahasa yang lebih menarik, kekinian atau bahasa yang dapat di mengerti oleh semua kalangan.

Akun media sosial pariwisatakuningan bergabung dengan *facebook* pada bulan February 2018 dengan 2.805 teman pada tahun 2019 ini; Dengan keunggulan *facebook* yang bisa digunakan dalam berbagi pesan antar dinding atau ruang di halaman *facebook*, dapat mengunggah album foto dan video, membuat status dan keunggulan lainnya, tetapi *facebook* semakin didominasi oleh kalangan tua; Sedangkan pada tingkat ke dua yaitu terdapat *instagram* dengan memulai mengunggah foto pada bulan Maret 2018 dengan 1.840 *followers* pada tanggal 19 February 2019 pkl 01:40 WIB; Dengan keunggulan *instagram* yaitu berbagi foto, video, mengekspresikan diri sehari-hari dengan *boomerang*, *snapstory*, *rewind*, Live, IGTV yang bisa ditambahkan dengan efek-efek supaya terlihat lebih menarik yang menjadikan kreativitas dan ciri khas jiwa muda; Berikut ini merupakan akun *instagram* @pariwisatakuningan :



Gambar 1 8  
Akun Instagram @pariwisatakuningan  
(Sumber :instagram.com/pariwisatakuningan, diakses pada: 19/02/2019, pkl 01:40 WIB)



Gambar 1 9  
 Unggahan foto wisata di akun @pariwisatakuningan

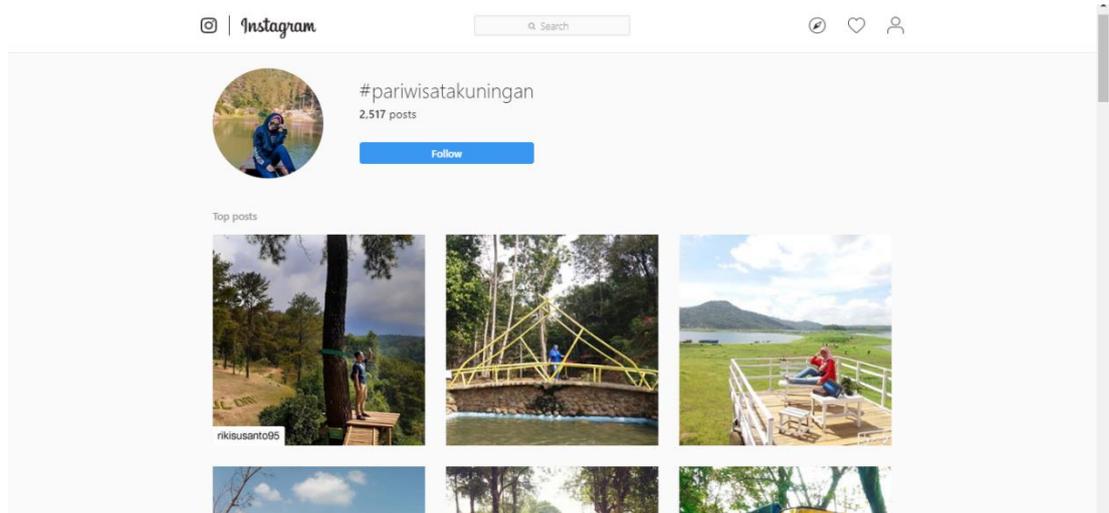


Gambar 1 10  
 Unggahan foto wisata di akun @pariwisatakuningan



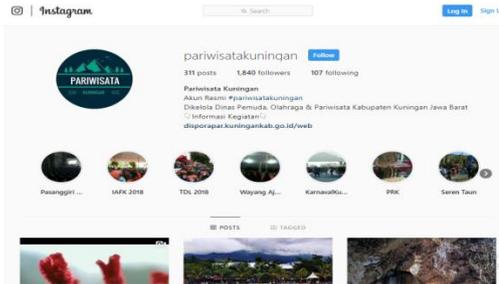
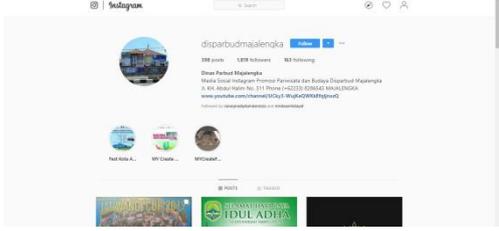
Gambar 1 11  
 Unggahan foto wisata di akun @pariwisatakuningan

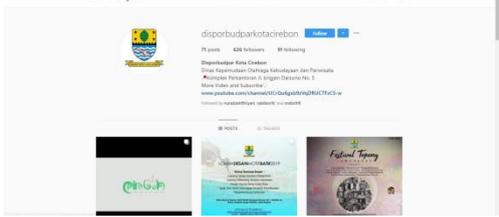
Dengan terbentuknya media informasi pariwisata Kabupaten Kuningan salah satunya *instagram* yaitu @pariwisatakuningan, wisatawan bisa mendapatkan informasi mengenai pariwisata di Kabupaten Kuningan hanya dengan mengikuti akun @pariwisata tersebut; Daya tarik wisatawan nusantara maupun mancanegara terhadap pariwisata di Kabupaten Kuninganpun semakin meningkat; Menjadikan Kuningan lebih dikenal lagi oleh para wisatawan; Akun *instagram* @pariwisatakuningan pun mempunyai tagar khusus untuk para wisatawan bisa dengan mudah apabila mencari dengan tagar yaitu #pariwisatakuningan; Memposting foto atau video yang berkaitan dengan pariwisata di Kabupaten Kuningan dengan caption-caption yang menarik dengan disertai tagar #pariwisatakuningan akan lebih cepat dan mudah untuk mendapatkan informasi bagi wisatawan lainnya; Berikut ini merupakan jumlah pengguna tagar #pariwisatakuningan :



Gambar 1 12  
Jumlah penggunaan tagar #pariwisatakuningan

Tabel 1 6  
Perbandingan followers akun pemerintah Ciayumajakuning

| <b>Akun Instagram Komunitas<br/>Kabupaten Kuningan</b>                              | <b>Followers</b>   |
|---|--|
|  | <p><i>Followers</i> @disbudparporacrb_ 2,064<br/>diakses 07 Agustus 2019 pkl 12:26 WIB</p>   |
|  | <p><i>Followers</i> @pariwisatakuningan 1,840<br/>diakses 19 February 2019 pkl 01:40 WIB</p> |
|  | <p><i>Followers</i> @disparbudmajalengka 1,819<br/>diakses 07 Agustus 2019 pkl 12:26 WIB</p> |

|   |  |
|---|--|
| <p>@disporbudparkotacirebon</p>  | <p><i>Followers</i> @disporbudparkotacirebon<br/>626 diakses 07 Agustus 2019 pkl 12:26<br/>WIB</p> |
| <p>@disbudpar_indramayukab</p>   | <p><i>Followers</i> @disbudpar_indramayukab 32<br/>diakses 07 Agustus 2019 pkl 12:26 WIB</p>       |

Dari tabel diatas menjelaskan bahwa perbandingan *followers* akun pemerintah Ciayumajakuning pada akun @disbudparporacrb\_ yang merupakan akun pemerintah Kabupaten Cirebon memiliki *followers* paling banyak yaitu 2,064 *followers* dengan 339 post

Dari pemaparan diatas, adanya peningkatan kunjungan wisatawan saat sebelum dan sesudah menggunakan *instagram* wisatawan datang ke pariwisata Kabupaten Kuningan; Dengan dukungan pemerintah serta bantuan dari komunitas lainnya, menjadikan Kabupaten Kuningan lebih dikenal lagi oleh para wisatawan; Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @pariwisatakuningan Terhadap Daya Tarik Wisatawan Pariwisata Kabupaten Kuningan”**.

### 1.3 Rumusan dan Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti paparkan diatas, maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan masalah “Adakah Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @pariwisatakuningan Terhadap Daya Tarik Wisatawan Pariwisata Kabupaten Kuningan”. Dari rumusan penelitian tersebut, dapat diidentifikasi pertanyaan penelitian yaitu :

1. Seberapa besar pengaruh media sosial *instagram* @pariwisatakuningan terhadap wisatawan?

2. Seberapa besar daya tarik wisatawan terhadap pariwisata yang berada di Kabupaten Kuningan?
3. Seberapa besar pengaruh media sosial *instagram* terhadap daya tarik wisatawan?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan penjabaran fokus penelitian diatas, maka tujuan penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui seberapa besar manfaat media sosial *instagram* @pariwisatakuningan terhadap wisatawan
2. Untuk mengetahui seberapa besar daya tarik wisatawan terhadap pariwisata yang berada di Kabupaten Kuningan
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh media sosial *instagram* terhadap daya tarik wisatawan.

#### **1.5 Kegunaan Penelitian**

##### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Manfaat teoritis dalam penelitian ini yaitu untuk menambah informasi mengenai ilmu komunikasi yaitu komunikasi massa pada new media. Publikasi konten mengenai pariwisata yang ada di Kabupaten Kuningan melalui akun media sosial *instagram* @pariwisatakuningan Pemerintah Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata (Disporapar) Kabupaten Kuningan.

##### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Manfaat praktis dalam penelitian ini yaitu untuk memberikan gambaran dan evaluasi kepada Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata (DISPORAPAR) Kabupaten Kuningan mengenai publikasi informasi konten *instagram* kepada wisatawan yang akan berpariwisata ke Kabupaten Kuningan.

#### **1.6 Waktu dan Periode Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Kantor Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata (DISPORAPAR) Kabupaten Kuningan secara langsung (offline) dan dengan menyebarkan kuesioner secara tidak langsung (online) kepada wisatawan *followers* yang ada di *instagram* @pariwisatakuningan.

Waktu dan periode penelitian dilaksanakan pada bulan Januari-Juli 2019.  
Rincian penelitian sebagai berikut.

Tabel 1 7  
Waktu Penelitian  
Sumber : Olahan Peneliti, 2019

| No | Tahap Penelitian  | Jan 2019 |   | Feb 2019 |   |   |   | Mar 2019 |   |   |   | Apr 2019 |   |   |   | Mei 2019 |   |   |   | Jun 2019 | Jul 2019 |  |
|----|---|----------|---|----------|---|---|---|----------|---|---|---|----------|---|---|---|----------|---|---|---|----------|----------|--|
|    |   | 3        | 4 | 1        | 2 | 3 | 4 | 1        | 2 | 3 | 4 | 1        | 2 | 3 | 4 | 1        | 2 | 3 | 4 |          |          |  |
| 1  | Pencarian Topik Penelitian                                |          |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |          |  |
| 2  | Mengumpulkan Informasi dan Data Penelitian                |          |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |          |  |
| 3  | Penyusunan Draft <i>Desk Evaluation</i> bab I, II dan III |          |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |          |  |
| 4  | <i>Desk Evaluation</i>                                    |          |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |          |  |
| 5  | Pencarian Data dan Menyebarkan Kuesioner                  |          |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |          |  |
| 6  | Pengolahan Data   |          |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |          |  |
| 7  | Penyusunan Skripsi bab IV dan V                           |          |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |          |  |
| 8  | Pengajuan Sidang Skripsi                                  |          |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |          |  |
| 9  | Sidang Skripsi  |          |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |   |   |   |          |          |  |