



**PENGEMBANGAN MEDIA PEMASARAN  
TERHADAP PENINGKATAN MINAT WISATA  
OLAHRAGA DI KABUPATEN KUNINGAN**

**TESIS**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar magister  
pendidikan**

**Oleh**

**Deri Muhamad Rojikin**

**0602521044**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN OLAHRAGA  
PASCASARJANA  
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG  
TAHUN 2023**

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Tesis dengan judul “ Pengembangan Media Pemasaran terhadap Peningkatan Minat Wisata Olahraga di Kabupaten Kuningan” karya,

Nama : Deri Muhamad Rojikin

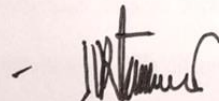
NIM : 0602521044

Program Studi : Pendidikan Olahraga S2

Telah di setujui oleh pembimbing untuk di ajukan ke sidang panitia ujian tesis.

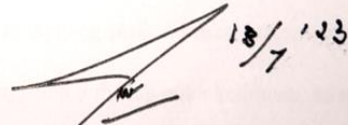
Semarang, 14 Juli 2023

Pembimbing I,



Dr. Mugiyo Hartono, M. Pd.  
196109031988031002

Pembimbing II,



Dr. Bambang Priyono, M. Pd.  
196004221986011001

**PENGESAHAN UJIAN TESIS**

Tesis dengan judul "Pengembangan Media Pemasaran terhadap Peningkatan Minat Wisata Olahraga di Kabupaten Kuningan" karya,

Nama : Deri Muhamad Rojikin

NIM : 0602521044

Program Studi : Pendidikan Olahraga S2

Telah di pertahankan dalam Sidang Panitia Ujian Tesis Pascasarjana, Universitas Negeri Semarang pada hari Selasa tanggal 22 Agustus 2023

Semarang, 28 Agustus 2023

**Panitia Ujian****Ketua,**

Dr. Taufiq Hidayah, M.Kes.  
NIP. 196707211993031002

**Sekretaris,**

Dr. Drs. Hermawan Pamot Raharjo, M.Pd.  
NIP. 196510201991031002

**Penguji I,**

Prof. Dr. Bambang Budi Raharjo, M.Si.  
NIP. 1960012171986011001

**Penguji II,**

Dr. Bambang Priyono, M. Pd.  
NIP. 196004221986011001

**Penguji III,**

Dr. Mugiyono Hartono, M. Pd.  
NIP. 196109031988031002

## PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya

Nama : Deri Muhamad Rojikin

NIM : 0602521044

Program Studi : Pendidikan Olahraga S2

Menyatakan bahwa yang tertulis dalam tesis yang berjudul “Pengembangan Media Pemasaran terhadap Peningkatan Minat wisata Olahraga di Kabupaten Kuningan” ini benar benar karya sendiri, bukan jiplakan dari karya orang lain atau pengutipan dengan cara cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam tesis ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah. Atas pernyataan ini saya secara pribadi siap menanggung resiko/ sanksi hukum yang dijatuhkan apabila ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya ini

Semarang, 28 Agustus 2023  
Yang membuat pernyataan



Deri Muhamad Rojikin  
0602521044

## **MOTO DAN PERSEMBAHAN**

### **Moto**

*“Lawan rasa malasmu, ingat kembali tujuanmu karna banyak harapan menantimu” - Deri Muhamad Rojikin.*

### **Persembahan**

Tesis ini saya persembahkan untuk :

1. Bapak dan ibu beserta keluarga saya
2. Sekolah Pascasarjana Universitas Negeri Semarang khususnya Program Studi Pendidikan Olahraga
3. Teman-teman seperjuangan pascasarjana Program Studi Pendidikan Olahraga Pascasarjana Universitas Negeri Semarang.
4. Kabupaten Kuningan Jawa Barat

## ABSTRAK

Deri Muhamad Rojikin. *Pengembangan Media Pemasaran Terhadap Peningkatan Minat Wisata Olahraga Di Kabupaten Kuningan*. Tesis. Program Studi Pendidikan Olahraga, Pascasarjana Universitas Negeri Semarang, 2023. Pembimbing I : Dr. Mugiyo Hartono, M.Pd. Pembimbing II : Dr. Bambang Priyono, M.Pd.

**Kata kunci** : Media, Pemasaran, Wisata, Olahraga

Penelitian ini bertujuan menghasilkan produk media pemasaran berbasis media sosial Instagram yang sesuai untuk peningkatan minat wisata olahraga di Kabupaten Kuningan. Menguji kelayakan produk media pemasaran berbasis media sosial Instagram yang sesuai untuk peningkatan minat wisata olahraga di Kabupaten Kuningan.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian dan pengembangan dengan 10 langkah penelitian. Jenis data yang diperoleh selama proses pengembangan terdiri yaitu data kuantitatif dan data kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini berupa angket, wawancara, observasi dan dokumentasi.

Penelitian ini menghasilkan media pengembangan pemasaran wisata olahraga di Kabupaten Kuningan terhadap minat wisata olahraga di Kabupaten Kuningan yang di gunakan sebagai layanan informasi interaktif mengenai wisata olahraga di Kabupaten Kuningan.

Simpulan produk pengembangan media pemasaran wisata olahraga di Kabupaten Kuningan telah dihasilkan yang sesuai untuk peningkatan minat wisata olahraga, Media pengembangan wisata olahraga di Kabupaten kuningan layak digunakan sebagai media pemasaran wisata olahraga di Kabupaten Kuningan berdasarkan validasi oleh ahli media, ahli pemasaran, dan ahli wisata dengan hasil layak dan uji skala kecil sebanyak 30 responden dengan kriteria baik dan uji skala besar sebanyak 100 responden dengan kriteria baik.

## ABSTRACT

Deri Muhamad Rojikin. *Development of Marketing Media for Increasing Interest in Sports Tourism in Kuningan Regency*. Thesis. Sports Education Study Program, Postgraduate Program, Semarang State University, 2023. Supervisor I : Dr. Mugiyo Hartono, M.Pd. Advisor II : Dr. Bambang Priyono, M.Pd.

**Keyword:** *Media, Marketing, Tourism, Sports*

This study aims to produce marketing media products based on Instagram social media that are suitable for increasing interest in sports tourism in Kuningan Regency. Testing the feasibility of Instagram social media-based marketing media products that are suitable for increasing interest in sports tourism in Kuningan Regency.

The research method used is the research and development method with 10 research steps. The types of data obtained during the development process consist of quantitative data and qualitative data. Data collection techniques used in this study were questionnaires, interviews, observation and documentation

This research produces a development media for sports tourism marketing in Kuningan Regency towards sports tourism interest in Kuningan Regency which is used as an interactive information service about sports tourism in Kuningan Regency

In conclusion, the product development of sports tourism marketing media in Kuningan Regency has been produced which is suitable for increasing interest in sports tourism. Sports tourism development media in Kuningan Regency is suitable for use as a marketing media for sports tourism in Kuningan Regency based on validation by media experts, marketing experts, and tourism experts with decent results and a small-scale test of 30 respondents with good criteria and a large-scale test of 100 respondents with good criteria.

## **PRAKATA**

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT. Yang telah melimpahkan rahmat-Nya. Berkat karunia-Nya, peneliti dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “ Pengembangan Media Pemasaran terhadap Peningkatan Minat Wisata Olahraga di Kabupaten Kuningan”. Tesis ini disusun sebagai salah satu persyaratan meraih gelar Magister Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Olahraga Pascasarjana Universitas Negeri Semarang.

Penelitian ini dapat diselesaikan berkat bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti menyampaikan ucapan terimakasih dan penghargaan setinggi-tinggi nya kepada pihak-pihak yang telah membantu penyelesaian pembuatan tesis ini. Ucapan terimakasih peneliti sampaikan pertama kali kepada para pembimbing : Dr. Mugiyo Hartono, M. Pd. (Pembimbing I) dan Dr. Bambang Priyono, M. Pd. (Pembimbing II).

Ucapan terimakasih peneliti sampaikan juga kepada semua pihak yang telah membantu selama proses penyelesaian studi, di antaranya :

1. Direksi Pascasarjana Unnes, yang telah memberikan kesempatan serta arahan selama pendidikan, penelitian, dan penulisan tesis ini.
2. Koordinator Program Studi dan Sekretaris Program Studi Pendidikan Olahraga Pascasarjana Unnes yang telah memberikan kesempatan dan arahan dalam penulisan tesis ini.



3. Bapak dan Ibu dosen Pascasarjana Unnes, yang telah banyak memberikan bimbingan dan ilmu kepada peneliti selama menempuh pendidikan.
4. Teman-teman mahasiswa Program Studi Pendidikan Olahraga Pascasarjana Unnes angkatan 2021.
5. Kedua orangtua yang telah membiayai dan mendoakan sehingga terselesaikannya tesis ini.
6. Semua pihak yang membantu namun tidak bisa disebutkan namanya satu persatu.

Peneliti sadar bahwa dalam tesis ini mungkin masih terdapat kekurangan, baik isi maupun tulisan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat peneliti harapkan. Semoga tesis ini bermanfaat dan merupakan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Semarang, 28 Agustus 2023



Deri Muhamad Rojikin

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>PENGESAHAN UJIAN TESIS .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>MOTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>PRAKATA .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
 <b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	8
1.3. Cakupan Masalah .....	8
1.4. Rumusan Masalah .....	9
1.5. Tujuan Penelitian .....	9
1.6. Manfaat Penelitian .....	10
1.7. Spesifikasi Produk yang Dikembangkan .....	10
1.8. Asumsi dan Keterbatasan Pengembangan .....	12
 <b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA TEORETIS, DAN KERANGKA BERPIKIR</b>	
2.1. Kajian Pustaka.....	13
2.2. Kerangka Teoritis.....	17

2.3. Kerangka Berpikir.....	43
-----------------------------	----

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1. Desain Penelitian.....	44
3.2. Prosedur Penelitian.....	55
3.3. Sumber Data dan Subjek Penelitian.....	54
3.4. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data.....	56
3.5. Teknik Analisis Data.....	57

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1. Hasil Penelitian .....	61
4.2. Pembahasan.....	82

### **BAB V PENUTUP**

5.1. Simpulan .....	84
5.2. Implikasi.....	85
5.3. Saran.....	86

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

**DAFTAR TABEL**

	Halaman
Tabel 3.1 Angket Indikator Media Pemasaran.....	56
Tabel 3.2 Kualifikasi Tingkat Kelayakan Persentase Rata Rata.....	60
Tabel 4.1 Tanggapan Ahli terhadap Prodak.....	66
Tabel 4.2 kualifikasi Tingkat Kelayakan Persentase Rata Rata.....	68
Tabel 4.3 Tanggapan Ahli Media terhadap Prodak .....	68
Tabel 4.4 Hasil Uji skala kecil .....	74
Tabel 4.5 Hasil Uji Skala Besar .....	80

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Data Kunjungan Wisata .....	6
Gambar 1.2 Laman Pencarian Instagram .....	7
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	43
Gambar 3.1 Langkah-langkah Penelitian RnD Sugiyono.....	44
Gambar 3.2 Contoh Profil Akun .....	46
Gambar 3.3 Contoh <i>Feed</i> Instagram .....	47
Gambar 3.4 Contoh <i>Highlights</i> Instagram .....	47
Gambar 3.5 Contoh <i>Highlihts</i> Instagram .....	48
Gambar 3.6 Contoh <i>Instastory</i> .....	48
<i>Gambar 3.7 Tampilan Login Instagram</i> .....	49
<i>Gambar 3.8 Tampilan Login Instagram</i> .....	50
Gambar 4.1 Profil Akun Prodak.....	62
Gambar 4.2 <i>Feed Desain</i> .....	63
Gambar 4.3 <i>Feed Desain</i> .....	63
Gambar 4.4 <i>Highlights</i> .....	64
Gambar 4.5 <i>Highlights</i> .....	64
Gambar 4.6 <i>Instastory</i> .....	65

**DAFTAR LAMPIRAN**

	Halaman
Lampiran 1 Surat Keputusan Pembimbing .....	98
Lampiran 2 Surat Izin Penelitian.....	99
Lampiran 3 Surat Rekomendasi Penelitian .....	100
Lampiran 4 Surat Balasan Penelitian .....	101
Lampiran 5 Penilaian Ahli Media .....	102
Lampiran 6 Penilaian Ahli Pemasaran.....	110
Lampiran 7 Penilaian Ahli Wisata .....	117
Lampiran 8 Kuesioner Minat Pengunjung .....	124
Lampiran 9 Dokumentasi Penelitian.....	132