

**PERBEDAAN CITRA DESTINASI DANAU TOBA MELALUI  
*EMOTIONAL STORYTELLING VIDEO THE HEARTBEAT OF  
TOBA* BERDASARKAN GENERASI DAN JENIS KELAMIN**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

SKRIPSI

**Titus Christiano**  
**0000029768**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2022**

**PERBEDAAN CITRA DESTINASI DANAU TOBA MELALUI  
*EMOTIONAL STORYTELLING VIDEO THE HEARTBEAT OF  
TOBA* BERDASARKAN GENERASI DAN JENIS KELAMIN**



**SKRIPSI**

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

**Titus Christiano**  
**00000029768**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**  
**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**  
**TANGERANG**

**2022**

## LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Titus Christiano

NIM : 00000029768

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa karya ilmiah dalam bentuk skripsi ini adalah milik saya sendiri dan tidak menduplikasi atau melakukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang atau lembaga lain. Semua karya ilmiah lain yang dirujuk dalam skripsi ini telah disebutkan kutipannya dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menanggung konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah Skripsi yang telah saya tempuh

Jakarta, 16 Juni 2022



(Titus Christiano)

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

**“Perbedaan Citra Destinasi Danau Toba melalui *Emotional Storytelling* Video *The Heartbeat of Toba* berdasarkan Generasi dan Jenis Kelamin”**

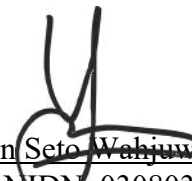
Oleh


Nama : Titus Christiano  
NIM : 00000029768  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Jumat, 24 Juni 2022  
Pukul 14.30 s.d 16.00 dan dinyatakan  
LULUS  
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji Ahli

  
Dr. Indiwati Seto Wahjuni, M.Si.  
NIDN. 0308036601

  
Dr. Agustinus R. Berto, S.Sos., M.Si  
NIDN.0313088403

Dosen Pembimbing

Dr. Endah Muwarni, M.Si.  
NIDN. 0327066402

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Inco Hari Perdana, S.I.Kom., M.Si.  
NIDN. 0308117706

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Titus Christiano  
NIM : 00000029768  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul

“Perbedaan Citra Destinasi Danau Toba melalui *Emotional Storytelling* Video *The Heartbeat of Toba* berdasarkan Generasi dan Jenis Kelamin”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 3 Juli 2022

Yang menyatakan,



(Titus Christiano)

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



**HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

*For I am only a **mist**,  
that **appears** for just a little while,  
then **vanished**, instead.*

*I choose to live the **present**.*

*I choose **Him** more than anyone.*

Titus Christiano, 2022

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## KATA PENGANTAR

Andai saja anugerah dan kasih dari Tuhan (yang saya percaya telah menciptakan dan merencanakan hidup saya) itu berhenti mengalir untuk saya, karya ilmiah ini tidak akan mungkin berhasil disusun, saya yakin. Selama proses penulisan karya ilmiah ini, saya dipertemukan dengan berbagai orang yang tak hanya sekadar memberi dukungan, tetapi terkadang juga peringatan bahkan teladan. Saya percaya, ini sama sekali bukan karena kemampuan saya semata. Terima kasih Tuhan Yesus Kristus, yang begitu mengasihi saya dengan cara-cara yang tak pernah terduga hingga rampungnya penulisan skripsi berjudul “Perbedaan Citra Destinasi Danau Toba melalui *Emotional Storytelling* Video *The Heartbeat of Toba* berdasarkan Generasi dan Jenis Kelamin”.

Dipertemukan dengan berbagai orang-orang berikut, membuat saya terkagum akan cara Tuhan menunjukkan kasih-Nya buat saya. Terima kasih sudah hadir dan berdampak buat saya,

1. Bapak Dr. Ninok Leksono. M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara
2. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara
3. Bapak Inco Hary Perdana Kusuma, S.I.Kom., M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Dr. Endah Muwarni, M.Si. yang selalu membimbing saya dengan hati yang penuh dan selalu menunjukkan kepercayaannya pada saya untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini. Saya jadi percaya diri karena Ibu.
5. Dr. Indiwani Seto Wahjuwibowo, M.Si. dan Dr. Agustinus R. Berto S.Sos., M.Si., selaku ketua sidang dan penguji ahli yang tajam dalam memberikan masukan dan informasi seputar topik yang saya angkat.
6. Papa, Mama, Erica, dan Ivanna yang mungkin tidak selalu tahu apa yang saya kerjakan, tetapi dari kejauhan selalu memastikan saya baik.



7. Veli, kamu dipakai Tuhan untuk menunjukkan kalau kasih-Nya menjejarku. Sejauh ini, cuma kamu yang bisa bilang ini mudah dan menyenangkan, dan ternyata kalimat itu bahan bakar yang ampuh!
8. Imel, pejuang se-perbimbangan yang paling peduli sama kelulusan saya. Berapa banyak *missed call* dan *link*? Cuma bisa bilang terima kasih, ya.
9. Helen, Novel, Yap, Pretty, Justyne, Michael, Gaby, Mpin, Gilbert, Donny, Lista, Ko Goris, Joe, dan nama lainnya yang mungkin jasanya terdengar sepele, tetapi berani menanyakan “*Gimana skripsinya?*” selama proses ini justru sangat bernilai buat saya. Saya tidak pernah merasa tersinggung atau terbebani, saya merasa sangat dipedulikan.
10. Aysien, Aychint, Aynie, Haohao, Ocing, Abet, Xie Erl, Ricky, Angel, Koopy, David, Yonatan, Agnes, Verren, Cakcak, Jeje, Kenny, Adhytia, Luna, Jei, Cajo, Teebee, Aurel, Ester, dan teman-teman lain yang bersedia membantu saya menyelesaikan penelitian ini. Aku tahu kalian sibuk, terima kasih banyak sudah menyempatkan diri!
11. Semua orang yang secara sadar atau tidak telah mendukung, menegur, mengingatkan, menyemangati, dan perlakuan me-lainnya pada saya sehingga saya berada di titik ini.

Saya percaya, sebagaimana Tuhan dengan kasih-Nya mempertemukan saya dengan nama-nama di atas, demikian pula kasih itu mampir kepada para pembaca yang meluangkan waktu dan tenaganya membaca karya tulis ini. Namun, saya berharap penelitian ini tidak hanya memuaskan kebutuhan pembaca, tetapi juga menyingkapkan sudut pandang baru dan ruang belajar bagi siapa saja.

Jakarta, 16 Juni 2022



Titus Christiano

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



# PERBEDAAN CITRA DESTINASI DANAU TOBA MELALUI *EMOTIONAL STORYTELLING VIDEO THE HEARTBEAT OF TOBA* BERDASARKAN GENERASI DAN JENIS KELAMIN

## ABSTRAK

Oleh: Titus Christiano

Kemajuan sektor pariwisata Indonesia sebagai salah satu komoditas primadona negara ditunjukkan melalui kampanye bertajuk *Wonderful Indonesia*. Meskipun sempat terhambat pandemi Covid-19, aktivitas komunikasi pemasaran pariwisata Indonesia tetap gencar dilakukan melalui video promosi bernuansa emosional. *Emotional storytelling* adalah alat yang efektif untuk mengomunikasikan suatu pesan dan dapat memengaruhi citra. Citra destinasi merupakan kepercayaan dalam diri wisatawan mengenai produk atau pelayanan wisata. Citra destinasi yang terbentuk tentu berbeda dari satu orang dengan yang lainnya. Penelitian ini dilakukan untuk menguji perbedaan citra destinasi Danau Toba yang ditimbulkan oleh unsur *emotional storytelling video The Heartbeat of Toba* berdasarkan segmentasi jenis kelamin dan generasi. Penelitian kuantitatif eksplanatif ini menggunakan metode *Pra-experiment* dengan *One-shot Case Study Design*. Eksperimen dilakukan terhadap 60 orang responden yang dikelompokkan menjadi 3 generasi dan 2 jenis kelamin. Sampel ditarik dengan teknik *convenience sampling* dan hipotesis diuji menggunakan uji beda *Mann-Whitney U* dan *Kruskal-Wallis*. Hasil menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan pada setiap generasi. Namun, tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara responden dengan jenis kelamin laki-laki dan perempuan.

**Kata kunci:** *Emotional storytelling; citra destinasi; segmentasi; pariwisata.*

UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**THE DIFFERENCES OF THE IMAGE OF LAKE TOBA  
DESTINATIONS THROUGH EMOTIONAL STORYTELLING OF  
THE HEARTBEAT OF TOBA VIDEO BASED ON  
GENERATION AND SEX**

**ABSTRACT**

By: Titus Christiano

*The growth of Indonesia's tourism sector as one of the country's excellent commodities is strengthened through a campaign entitled Wonderful Indonesia. Even though it was hampered by the Covid-19 pandemic, Indonesia's tourism marketing communication activities were still intensively carried out through emotionally nuanced promotional videos. Emotional storytelling is an effective tool for communicating a message and can influence the image. Destination image is the confidence in tourists regarding tourist products or services. The destination image that is formed is certainly different from one person to another. This study was conducted to test the differences in the image of Lake Toba destinations caused by the emotional storytelling element of The Heartbeat of Toba video based on sexes and generational segmentation. This explanatory quantitative research uses the Pre-experiment method with One-shot Case Study Design. The experiment was conducted on 60 participants who were grouped into 3 generations and 2 sexes. The sample was drawn by convenience sampling technique and the hypothesis was tested using the Mann-Whitney U and Kruskal-Wallis difference tests. The results show that there are significant differences in each generation. However, there were no significant differences between participants and the male and female sexes.*

**Keywords:** *Emotional storytelling; destination image; segmentation; tourism.*

UMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

## DAFTAR ISI

_Toc108135551	HALAMAN JUDUL .....	i
	LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT .....	ii
	HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
	HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....	iv
	HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
	KATA PENGANTAR .....	vi
	ABSTRAK .....	viii
	ABSTRACT .....	ix
	DAFTAR ISI .....	x
	DAFTAR GAMBAR .....	xii
	DAFTAR TABEL .....	xiii
	DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
	BAB I .....	1
1.1	Latar Belakang .....	1
1.2	Rumusan Masalah .....	6
1.3	Pertanyaan Penelitian .....	7
1.4	Tujuan Penelitian .....	7
1.5	Manfaat Penelitian .....	8
1.5.1	Manfaat Akademis .....	8
1.5.2	Manfaat Praktis .....	8
	BAB II .....	9
2.1	Penelitian Terdahulu .....	9
2.2	Teori dan Konsep .....	17
2.2.1	Teori Paradigma Naratif (The Narrative Paradigm) .....	17
2.2.2	Emotional Storytelling .....	18
2.2.3	Citra Destinasi (Destination Image) .....	19
2.2.4	Segmentasi Demografi .....	20
2.3	Kerangka Pemikiran .....	22
2.4	Hipotesis Teoretis .....	23
	BAB III .....	24
3.1	Paradigma Penelitian .....	24
3.2	Jenis dan Sifat Penelitian .....	24
3.3	Metode Penelitian .....	25
3.4	Populasi dan Sampel .....	27

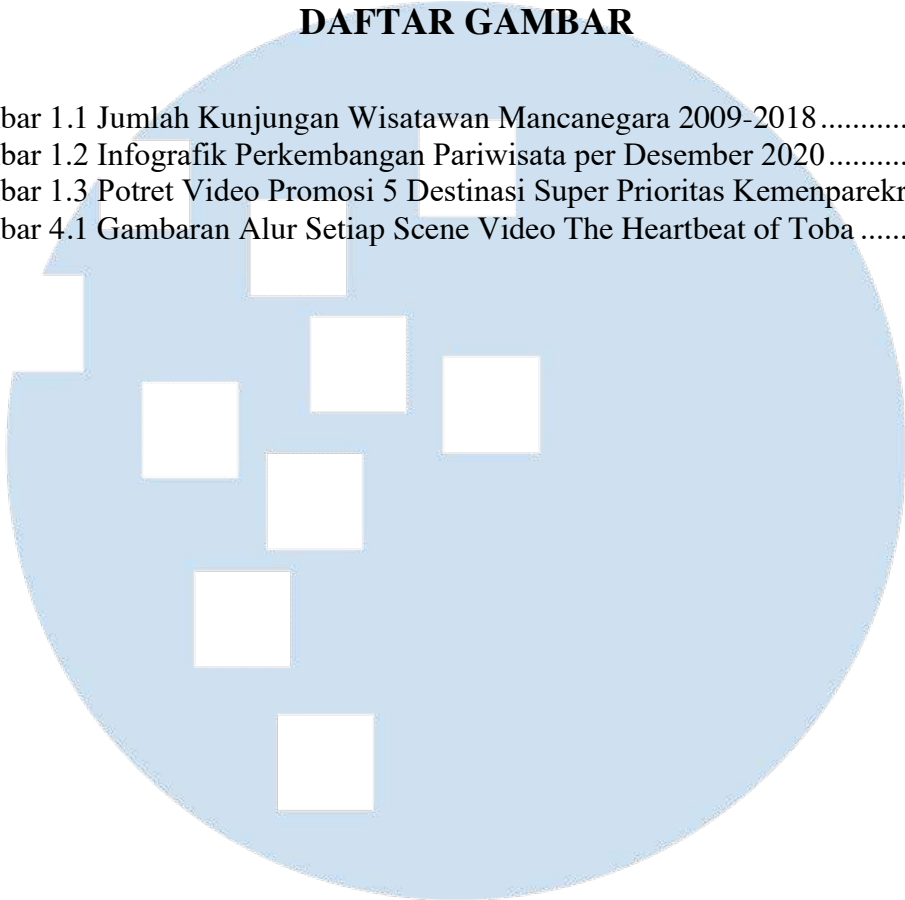
3.4.1 Populasi .....	27
3.4.2 Sampel .....	28
3.5 Operasionalisasi Variabel .....	30
3.5.1 Operasionalisasi Variabel Emotional Storytelling (X) .....	30
3.5.2 Operasionalisasi Variabel Citra Destinasi (Y) .....	34
3.5.3 Variabel Segmentasi Demografi (Variabel Kontrol) .....	37
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	37
3.7 Teknik Pengukuran Data .....	38
3.7.1 Uji Validitas .....	38
3.7.2 Uji Reliabilitas .....	39
3.8 Teknik Analisis Data .....	39
<b>BAB IV</b> .....	<b>41</b>
4.1 Video “The Heartbeat of Toba” .....	41
4.2 Hasil Penelitian .....	44
4.2.1 Karakteristik Responden .....	44
4.2.2 Emotional Storytelling berdasarkan Jenis Kelamin .....	45
4.2.3 Emotional Storytelling berdasarkan Generasi .....	48
4.2.4 Citra Destinasi berdasarkan Jenis Kelamin .....	50
4.2.5 Citra Destinasi berdasarkan Generasi .....	52
4.2.6 Uji Hipotesis .....	54
<b>BAB V</b> .....	<b>63</b>
5.1 Simpulan .....	63
5.2 Saran .....	64
5.2.1 Saran Akademis .....	64
5.2.2 Saran Praktis .....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>65</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>68</b>

UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara 2009-2018.....	2
Gambar 1.2 Infografik Perkembangan Pariwisata per Desember 2020.....	3
Gambar 1.3 Potret Video Promosi 5 Destinasi Super Prioritas Kemenparekraf.....	4
Gambar 4.1 Gambaran Alur Setiap Scene Video The Heartbeat of Toba .....	42



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Hasil Video Destinasi Super Prioritas.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	11
Tabel 2.2 Kerangka Pemikiran.....	22
Tabel 3.1 Desain Penelitian The One-shot Case Study.....	26
Tabel 3.2 Pengelompokkan Sampel Penelitian .....	29
Tabel 3.3 Pengelompokkan Generasi Sampel Penelitian.....	29
Tabel 3.4 Operasionalisasi Variabel Emotional Storytelling (X) .....	32
Tabel 3.5 Operasionalisasi Variabel Citra Destinasi (Y) .....	35
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden .....	44
Tabel 4.2 Generasi Responden.....	45
Tabel 4.3 Dimensi Language and Tone berdasarkan Jenis Kelamin .....	46
Tabel 4.4 Dimensi Visual, Formatting, and Interaction berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Tabel 4.5 Dimensi Production & Editorial Choices berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4.6 Dimensi Language and Tone berdasarkan Generasi.....	48
Tabel 4.7 Dimensi Visual, Formatting, and Interaction berdasarkan Generasi .....	49
Tabel 4.8 Dimensi Production and Editorial Choices berdasarkan Generasi .....	50
Tabel 4.9 Dimensi Citra Kognitif berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4.10 Tabel Dimensi Citra Afektif berdasarkan Jenis Kelamin .....	52
Tabel 4.11 Dimensi Citra Kognitif berdasarkan Generasi .....	53
Tabel 4.12 Tabel Dimensi Citra Afektif.....	54
Tabel 4.13 Uji Mann-Whitney U berdasarkan Perbedaan Jenis Kelamin.....	56
Tabel 4.14 Uji Kruskal-Wallis berdasarkan Perbedaan Generasi .....	57
Tabel 4.15 Tabulasi Silang Jawaban Emotional Storytelling berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4.16 Tabulasi Silang Jawaban Citra Destinasi berdasarkan Jenis Kelamin .....	59
Tabel 4.17 Tabulasi Silang Jawaban Emotional Storytelling berdasarkan Generasi.....	60
Tabel 4.18 Tabulasi Silang Jawaban Citra Destinasi berdasarkan Generasi.....	60

UMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Consent Form .....	69
Lampiran 2. Hasil Tanggapan Consent Form .....	72
Lampiran 3. Post-test Form.....	73
Lampiran 4. Jawaban Post-test Form Responden (Variabel X).....	80
Lampiran 5. Jawaban Post-test Form Responden (Variabel Y).....	81
Lampiran 6. Hasil Uji Validitas .....	82
Lampiran 7. Hasil Uji Reliabilitas .....	82
Lampiran 8. Hasil Uji Normalitas.....	83
Lampiran 9. Hasil Uji Homogenitas .....	83
Lampiran 10. Hasil Uji Korelasi .....	84
Lampiran 11. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana .....	84
Lampiran 12. Transkrip Video The Heartbeat of Toba.....	85
Lampiran 13. Form Konsultasi Skripsi .....	89
Lampiran 14. Dokumentasi Bimbingan .....	91
Lampiran 15. Hasil Pengecekan Turnitin.....	92
Lampiran 16. Curriculum Vitae .....	93

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA