

**PENGARUH *TRAVEL VLOG* TIKTOK TERHADAP
MINAT BERKUNJUNG KE KEBUN RAYA
MANGROVE SURABAYA DENGAN *BRAND
AWARENESS* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

SKRIPSI



Oleh:
IRMA INDANA ZULFA
NPM: 22024010100

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
SURABAYA
2026**

**PENGARUH *TRAVEL VLOG* TIKTOK TERHADAP
MINAT BERKUNJUNG KE KEBUN RAYA
MANGROVE SURABAYA DENGAN *BRAND*
AWARENESS SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

SKRIPSI



Oleh:

IRMA INDANA ZULFA

NPM: 22024010100

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
SURABAYA**

2026

**PENGARUH TRAVEL VLOG TIKTOK TERHADAP
MINAT BERKUNJUNG KE KEBUN RAYA
MANGROVE SURABAYA DENGAN BRAND
AWARENESS SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

Oleh :

IRMA INDANA ZULFA
NPM : 22024010100

Telah diterima pada tanggal


26 Mei 2026

Telah disetujui oleh :

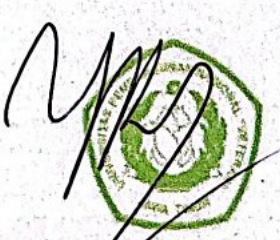
Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping


Dr. Ir. Taufik Setyadi, M.P.
NPT. 20119660830250


Dr. Gyska Indah Harya, S.P., M.Agr.
NPT. 17219910704008

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Agribisnis


Dr. Ir. Nuriah Yuhati, M.P.
NIP. 19620712 199103 2001

**PENGARUH TRAVEL VLOG TIKTOK TERHADAP
MINAT BERKUNJUNG KE KEBUN RAYA
MANGROVE SURABAYA DENGAN BRAND
AWARENESS SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

Oleh:

IRMA INDANA ZULFA
NPM : 22024010100

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur


Pada 26 Mei 2026

Telah disetujui oleh :

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping


Dr. Ir. Taufik Setyadi, M.P.
NPT. 20119660830250


Dr. Gyska Indah Harya, S.P., M.Agr.
NPT. 17219910704008

Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian

Koordinator Program Studi
Agribisnis


Prof. Dr. Ir. Wanti Mindari, M.P.
NIP. 196312081990032001


Dr. Ir. Nuriah Yuliati, M.P.
NIP. 196207121991032001

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Irma Indana Zulfa

NPM : 22024010100

Program : Sarjana (S1)

Fakultas : Pertanian

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir/ Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 26 Mei 2026
Yang Membuat Pernyataan,



Irma Indana Zulfa
22024010100

KATA PENGANTAR

Syukur kepada Allah SWT atas semua rahmat, petunjuk dan hidayah- Nya yang telah dianugerahkan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Travel vlog* TikTok terhadap Minat Berkunjung ke Kebun Raya Mangrove Surabaya dengan *Brand Awareness* sebagai Variabel Mediasi”. Penyusunan skripsi ini adalah syarat wajib untuk memenuhi persyaratan akademik setiap mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur dalam menyelesaikan pendidikan pada jenjang strata satu (S1).

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari pertolongan Allah SWT, doa orang tua serta bantuan dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan terima kasih kepada Dr. Ir. Taufik Setyadi, MP selaku dosen pembimbing utama dan Dr. Gyska Indah Harya S.P., M.Agr selaku dosen pembimbing pendamping yang telah memberikan pengarahan, motivasi, masukan, serta meluangkan waktu dan tenaganya dengan ikhlas dan sabar untuk membimbing penulis.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Ir. Wanti Mindari, M.P. selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Prof. Dr. Ir. H. Syarif Imam Hidayat, M.M. selaku Ketua Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Dr. Ir. Nuriah yuliati, M.P. selaku Koordinator Program Studi SI Agribisnis Fakultas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Seluruh dosen dan tenaga pendidik di Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
5. Kedua orang tua, utamanya Bapak Machfudi dan Ibu Sujiati serta saudara dan keluarga penulis yang selalu menjadi rumah untuk mengubah lelah menjadi amanah.
6. Celyn Qirania, manusia kecil yang menjadi pelipur lara, penyeka air mata dan menjadi alasan hati kembali percaya.
7. Yohana, Riri, Novy, Ikul dan Dewayana, saudara seperjuangan penulis yang selalu menjadi penopang disaat langkah terasa bimbang.
8. Diri sendiri yang telah bertahan sejauh ini disaat hidup penuh dengan kegelisahan.

Penulis menyadari adanya kelemahan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik, saran, serta masukan yang bersifat konstruktif dan membangun. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi diri sendiri dan para pembaca.

Surabaya, Mei 2026

Penulis

ABSTRAK

Media sosial TikTok yang berkembang menjadi *platform* utama untuk penyebaran *travel vlog* telah mengubah cara pengunjung menemukan referensi destinasi melalui video yang menarik. Penelitian tentang Kebun Raya Mangrove Surabaya ini didasarkan pada statusnya sebagai kawasan konservasi dan destinasi ekowisata yang membutuhkan strategi promosi digital yang tepat untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *travel vlog* TikTok terhadap minat berkunjung ke Kebun Raya Mangrove Surabaya dengan *brand awareness* sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan alat utama pengumpulan data adalah kuesioner. Perangkat lunak SmartPLS 4.0 digunakan untuk menganalisis data yang dikumpulkan menggunakan metode SEM (*Structural Equation Model*). Studi ini menunjukkan bahwa *travel vlog* TikTok berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat untuk berkunjung baik secara langsung maupun tidak langsung melalui kesadaran merek. *Travel vlog* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung dengan koefisien jalur sebesar 0.373 sedangkan kesadaran merek terhadap minat berkunjung memiliki koefisien jalur sebesar 0.488. Penelitian ini akan merekomendasikan Kebun Raya Mangrove Surabaya untuk mengoptimalkan akunnya di TikTok dan menarik lebih banyak pengunjung.

Kata kunci : Ekowisata, Kesadaran merek, Mangrove, Minat berkunjung, *Travel vlog*.

ABSTRACT

The social media platform TikTok, which has emerged as a leading platform for the distribution of travel vlogs, has transformed the way visitors discover destination recommendations through engaging videos. This study on the Surabaya Mangrove Botanical Garden is based on its status as a conservation area and ecotourism destination that requires an appropriate digital promotion strategy to reach a wider audience. The objective of this study is to analyze the influence of TikTok travel vlogs on the interest in visiting the Surabaya Mangrove Botanical Garden, with brand awareness serving as the mediating variable. This study employs a quantitative method, with the primary data collection tool being a questionnaire. SmartPLS 4.0 software was used to analyze the collected data using the SEM (Structural Equation Modeling) method. The study indicates that TikTok travel vlogs have a positive and significant influence on interest in visiting, both directly and indirectly through brand awareness. Travel vlogs have a positive and significant effect on the interest in visiting with a path coefficient of 0.373, while brand awareness has a path coefficient of 0.488 regarding interest in visiting. This study recommends that the Surabaya Mangrove Botanical Garden optimize its TikTok account to attract more visitors.

Keywords: Ecotourism, Brand awareness, Mangroves, Interest in visiting, *Travel vlogs*.

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|---------|
| LEMBAR PENGESAHAN | ii |
| SURAT PERNYATAAN..... | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| ABSTRAK | vii |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR TABEL..... | x |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| DAFTAR LAMPIRAN | xii |
| I. PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 11 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 12 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 13 |
| II. TINJAUAN PUSTAKA..... | 14 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu | 14 |
| 2.2 Landasan Teori..... | 24 |
| 2.3 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis | 41 |
| III.METODE PENELITIAN..... | 45 |
| 3.1 Tempat dan Waktu Penelitian | 45 |
| 3.2 Metode Penentuan Lokasi | 45 |
| 3.3 Metode Penentuan Sampel dan Jumlah Sampel..... | 46 |
| 3.4 Metode Pengumpulan Data | 49 |

| | |
|---|-----|
| 3.5 Hubungan Antar Variabel | 50 |
| 3.6 Definisi Operasional..... | 52 |
| 3.7 Metode Analisis Data | 58 |
| 3.6.1 Analisis Deskriptif | 58 |
| 3.6.2 Analisis SEM-PLS | 59 |
| 3.8 Pengukuran Variabel | 69 |
| 3.9 Jadwal Pelaksanaan | 70 |
| IV.HASIL DAN PEMBAHASAN..... | 71 |
| 4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian | 71 |
| 4.1.1 Letak Geografis dan Topografi Kebun Raya Mangrove..... | 71 |
| 4.1.2 Sejarah Kebun Raya Mangrove | 71 |
| 4.1.3 Promosi Digital TikTok yang Dilakukan Kebun Raya Mangrove Surabaya | 73 |
| 4.2 Analisis Data | 76 |
| 4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif..... | 76 |
| 4.2.2 Analisis <i>SEM PLS</i> | 86 |
| V. KESIMPULAN DAN SARAN | 110 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 110 |
| 5.2 Saran..... | 111 |
| DAFTAR PUSTAKA | 112 |
| LAMPIRAN..... | 119 |

DAFTAR TABEL

| Nomor | Judul | Halaman |
|-------|---|---------|
| 1. 1 | Tren Kunjungan | 2 |
| 1. 2 | Tujuan Berpergian..... | 2 |
| 3. 1 | Definisi Operasional..... | 56 |
| 3. 2 | Jadwal Pelaksanaan Penelitian..... | 70 |
| 4. 1 | Analisis Statistik Deskriptif Indikator Penelitian..... | 77 |
| 4. 2 | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 78 |
| 4. 3 | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 80 |
| 4. 4 | Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir | 81 |
| 4. 5 | Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan | 82 |
| 4. 6 | Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Menonton <i>Travel Vlog</i> TikTok..... | 83 |
| 4. 7 | Persepsi Responden..... | 84 |
| 4. 8 | Hasil <i>Outer Loadings</i> | 87 |
| 4. 9 | Hasil <i>Cross Loadings</i> | 88 |
| 4. 10 | Hasil AVE | 89 |
| 4. 11 | Hasil <i>Reliability</i> | 90 |
| 4. 12 | Hasil Uji <i>R-Squared</i> | 91 |
| 4. 13 | Hasil Nilai VIF | 93 |
| 4. 14 | Hasil Uji <i>Q-Square</i> | 94 |
| 4. 15 | Hasil Uji <i>Path Coefficients</i> | 95 |
| 4. 16 | Hasil Uji Hipotesis | 98 |

DAFTAR GAMBAR

| Nomor | Judul | Halaman |
|-------|---|---------|
| 2. 1 | Kerangka Penelitian | 43 |
| 3. 1 | Inner Model Penelitian..... | 60 |
| 3. 2 | Model Reflektif Variabel <i>Travel Vlog</i> TikTok dengan Indikatornya .. | 62 |
| 3. 3 | Model Reflektif Variabel <i>Brand Awareness</i> dengan Indikatornya..... | 62 |
| 3. 4 | Model Reflektif Variabel Minat Berkunjung dengan Indikatornya | 63 |
| 3. 5 | Diagram Jalur Penelitian | 64 |
| 4. 1 | TikTok Kebun Raya Mangrove Surabaya..... | 74 |
| 4. 2 | <i>Travel Vlog</i> TikTok Kebun Raya Mangrove Surabaya..... | 75 |
| 4. 3 | Hasil Perhitungan Uji Validitas dan Reliabilitas Model | 86 |

DAFTAR LAMPIRAN

| Nomor | Judul | Halaman |
|-------|--|---------|
| 1 | Kuesioner Penelitian | 119 |
| 2 | Tabulasi Data Penelitian | 125 |
| 3 | Rata Rata (<i>Mean</i>) Indikator Variabel..... | 129 |
| 4 | <i>Outer Loading</i> | 129 |
| 5 | <i>Construct Reliability</i> dan <i>Validity</i> | 130 |
| 6 | <i>Cross Loading</i> | 130 |
| 7 | Nilai <i>R Square</i> | 130 |
| 8 | <i>Path Coefficients</i> dan <i>Indirect Effects</i> | 131 |
| 9 | Hasil Model Penelitian..... | 131 |
| 10 | LoA Jurnal..... | 132 |
| 11 | Kartu Bimbingan..... | 133 |
| 12 | Surat Keterangan Plagiarisme | 134 |