

**PENGARUH FOMO DAN STORYTELLING TERHADAP
KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI LAVA TOUR
MERAPI YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Disusun oleh :

Dio Boni Aldinan Simanjuntak

11211078

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

2025

Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen
Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen



DISUSUN OLEH:

DIO BONI ALDINAN SIMANJUNTAK

11211078

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA**

2025

PERNYATAAN PENYERAHAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dio Beni Aldinan Simanjuntak
NIM/NIP/NIDN : 11211678
Program Studi : Manajemen
Judul Karya Ilmiah : Pengaruh Fear Of Missing Out dan Storytelling Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Kota Tour Merapi Yogyakarta

dengan ini menyatakan:

- a. bahwa karya yang saya serahkan ini merupakan revisi terakhir yang telah disetujui pembimbing/promotor/reviewer.
- b. bahwa karya saya dengan judul di atas adalah asli dan belum pernah diajukan oleh siapa pun untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Kristen Duta Wacana maupun di universitas/institusi lain.
- c. bahwa karya saya dengan judul di atas sepenuhnya adalah hasil karya tulis saya sendiri dan bebas dari plagiasi. Karya atau pendapat pihak lain yang digunakan sebagai rujukan dalam naskah ini telah dikutip sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.
- d. bahwa saya bersedia bertanggung jawab dan menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku berupa pencabutan gelar akademik jika di kemudian hari didapati bahwa saya melakukan tindakan plagiasi dalam karya saya ini.
- e. bahwa Universitas Kristen Duta Wacana tidak dapat diberi sanksi atau tuntutan hukum atas pelanggaran hak kekayaan intelektual atau jika terjadi pelanggaran lain dalam karya saya ini. Segala tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran dalam karya saya ini akan menjadi tanggung jawab saya pribadi, tanpa melibatkan pihak Universitas Kristen Duta Wacana.
- f. menyerahkan hak bebas royalti noneksklusif kepada Universitas Kristen Duta Wacana, untuk menyimpan, melestarikan, mengalihkan dalam media/format lain, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), dan mengunggahnya di Repositori UKDW tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan pemilik hak cipta atas karya saya di atas, untuk kepentingan akademis dan pengembangan ilmu pengetahuan.

- g. bahwa saya bertanggung jawab menyampaikan secara tertulis kepada Universitas Kristen Duta Wacana jika di kemudian hari terdapat perubahan hak cipta atas karya saya ini.
- h. bahwa meskipun telah dilakukan pelestarian sebaik-baiknya, Universitas Kristen Duta Wacana tidak bertanggung jawab atas kehilangan atau kerusakan karya atau metadata selama disimpan di Repositori UKDW.
- i. mengajukan agar karya saya ini: *(pilih salah satu)*
- ☒ Dapat diakses tanpa embargo.
- ☐ Dapat diakses setelah 2 tahun.*
- Embargo permanen *
- Embargo: penutupan sementara akses karya ilmiah
*Halaman judul, abstrak, dan daftar pustaka tetap wajib dibuka

Alasan embargo *(bisa lebih dari satu)*:

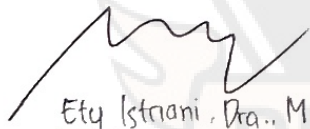
- ☐ dalam proses pengajuan paten.
- akan dipresentasikan sebagai makalah dalam seminar nasional/internasional.**
- akan diterbitkan dalam jurnal nasional/internasional.**
- telah dipresentasikan sebagai makalah dalam seminar nasional/internasional ... dan diterbitkan dalam prosiding pada bulan ... tahun ... dengan DOI/URL ... ***
- telah diterbitkan dalam jurnal ... dengan DOI/URL artikel ... atau vol./no. ... ***
- berisi topik sensitif, data perusahaan/pribadi atau informasi yang membahayakan keamanan nasional.
- berisi materi yang mengandung hak cipta atau hak kekayaan intelektual pihak lain.
- terikat perjanjian kerahasiaan dengan perusahaan/organisasi lain di luar Universitas Kristen Duta Wacana selama periode tertentu.
- Lainnya (mohon dijelaskan)

**Setelah diterbitkan, mohon informasikan keterangan publikasinya ke repository@staff.ukdw.ac.id.

***Tuliskan informasi kegiatan atau publikasinya dengan lengkap.

Yogyakarta, 28 Januari 2026

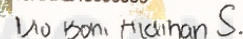
Mengetahui,



Ety Istnani, Dra., MM

Tanda tangan & nama terang pembimbing
NIDN/NIDK 0505046403





Tanda tangan & nama terang pemilik karya/penulis
NIM 11211078

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

PENGARUH FOMO DAN STORYTELLING TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI LAVA TOUR MERAPI YOGYAKARTA

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

DIO BONI ALDINAN SIMANJUNTAK

11211078

dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

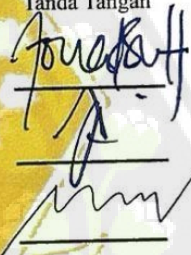
Dan dinyatakan DITERIMA untuk menerima salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Manajemen pada tanggal 13 November 2025

Nama Dosen

1. Jonathan Herdioko S.E., M.M.
(Ketua Tim Penguji/ Dosen Penguji)
2. Dr. Singgih Santoso, M.M.
(Dosen Penguji)
3. Dra. Ety Istriani, MM.
(Dosen Pembimbing)

Tanda Tangan



DUTA WACANA

Yogyakarta, 3 Desember 2025

Disahkan Oleh

Dekan Fakultas Bisnis



Dr. Perminas Pangeran, M.Si.

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Elok Pakaryaningsih, S.E., M.Si.

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan sesungguhnya skripsi dengan judul: **"PENGARUH FOMO DAN STORYTELLING TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI LAVA TOUR MERAPI YOGYAKARTA"**

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika saya dikemudian hari di dapati bahwa skripsi ini adalah plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia di kenai sanksi yakni pencabutan gelar saya.

Yogyakarta, 04 November 2025



Dio Boni Aldinan Simanjuntak

11211078

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dra. Ety Istriani, MM selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
2. Orang tua dan keluarga yang mendukung dari jauh.
3. Para responden dari Lava Tour Merapi Yogyakarta yang bersedia membantu penulis dan terlibat menjadi sampel sehingga penulis memperoleh data dan dapat mengerjakan tugas akhir ini hingga selesai.
4. Seluruh tenaga pengajar dan staff akademik Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana atas segala materi, ilmu dan bantuan yang telah dibagikan kepada penulis selama menempuh Pendidikan di Fakultas ini.

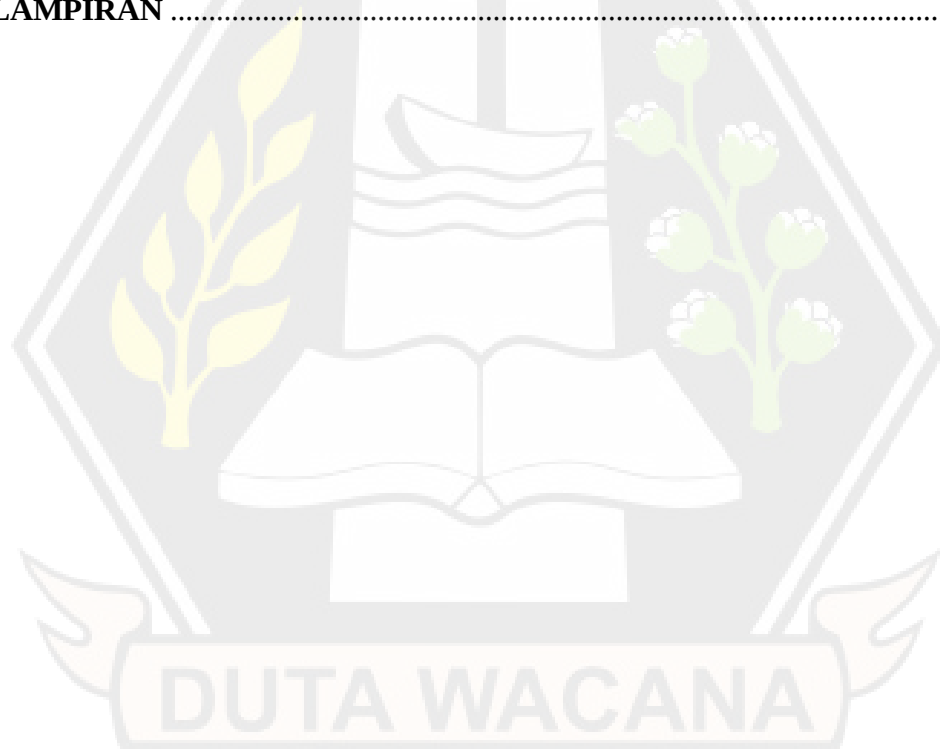
Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
1.5 Batasan Penelitian.....	4
BAB II LANDASAN TEORI	5
2.1 Landasan Teori	5
2.1.1 Fear of Missing Out (FOMO).....	5
2.1.2 Storytelling.....	9
2.1.3 Keputusan Berkunjung Wisatawan.....	13
2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.3 Kerangka Penelitian.....	21
2.4 Pengembangan Hipotesis	21
1. Hubungan antara Fear of Missing Out (FOMO) dengan Keputusan Berkunjung Wisatawan.....	22
2. Hubungan antara Storytelling dengan Keputusan Berkunjung Wisatawan.....	23
3. Hubungan antara Fear of Missing Out (FOMO) dan Storytelling dengan Keputusan Berkunjung Wisatawan.....	23
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Jenis dan Sumber Data.....	25
3.1.1 Data Primer.....	25

3.1.2 Data Skunder	26
3.2 Populasi dan Metode Sampling	26
3.2.1 Populasi	26
3.2.2 Metode Sampling.....	27
3.3 Variabel Penelitian	28
3.3.1 Variabel Independen.....	28
3.3.2 Variabel Dependenden.....	30
3.3.3 Definis Oprasional Variabel	30
3.4 Alat Uji Penelitian	32
3.4.1 Uji Validitas	32
3.4.2 Uji Reliabilitas.....	33
3.5 Analisis Deskriptif	34
3.6 Uji Hipotesis	34
3.6.1 Analisis Linear Berganda.....	34
3.6.2 Uji Determinasi (R^2).....	35
3.6.3 Uji F	35
3.6.4 Uji t.....	36
BAB IV PEMBAHASAN	37
4.1 Uji Instrumen Penelitian	37
4.1.1 Hasil Uji Validitas.....	37
4.1.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	39
4.2 Profil Responden Penelitian	40
4.2.1 Jenis Kelamin	40
4.2.2 Usia.....	40
4.2.3 Pendidikan Terakhir.....	41
4.2.4 Pekerjaan	41
4.2.5 Pengguna Media Sosial.....	42
4.2.6 Terakhir Kali Berkunjung ke Lava Tour Merapi	42
4.3 Pengujian Hipotesis	43
4.3.1 Analisis Linear Berganda.....	43
4.3.2 Uji Koefisien Determinasi	45
4.3.3 Hasil Uji F	46

4.3.4 Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji t)	47
4.4 Pembahasan Analisis.....	48
4.4.1 Pengaruh <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO) terhadap Keputusan Berkunjung.....	48
4.4.2 Pengaruh <i>Storytelling</i> terhadap Keputusan Berkunjung.....	49
4.4.3 <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO) dan <i>Storytelling</i> secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung	50
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	52
5.1 Kesimpulan	52
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	52
5.3 Saran.....	53
5.3.1 Saran Untuk Pengelola Wisata	53
5.3.2 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya	54
LAMPIRAN	59



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Wisatawan yang berkunjung ke wisata Lava Tour Merapi Tahun 2021-2024 (Jiwa).	2
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3. 1 Tabel Skala Likert	26
Tabel 3. 2 Definisi Oprasioanal.....	31
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas	38
Tabel 4. 2 Tabel Hasil Uji Reliabilitas	39
Tabel 4. 3 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4. 4 Identitas Responden Berdasarkan Usia	40
Tabel 4. 5 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan.....	41
Tabel 4. 6 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
Tabel 4. 7 Identitas Responden Pengguna Sosial Media	42
Tabel 4. 8 Identitas Responden Berdasarkan Waktu Berkunjung Di Lava Tour	42
Tabel 4. 9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	43
Tabel 4. 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi	45
Tabel 4. 11 Hasil Uji F.....	46
Tabel 4. 12 Hasil Uji t.....	47

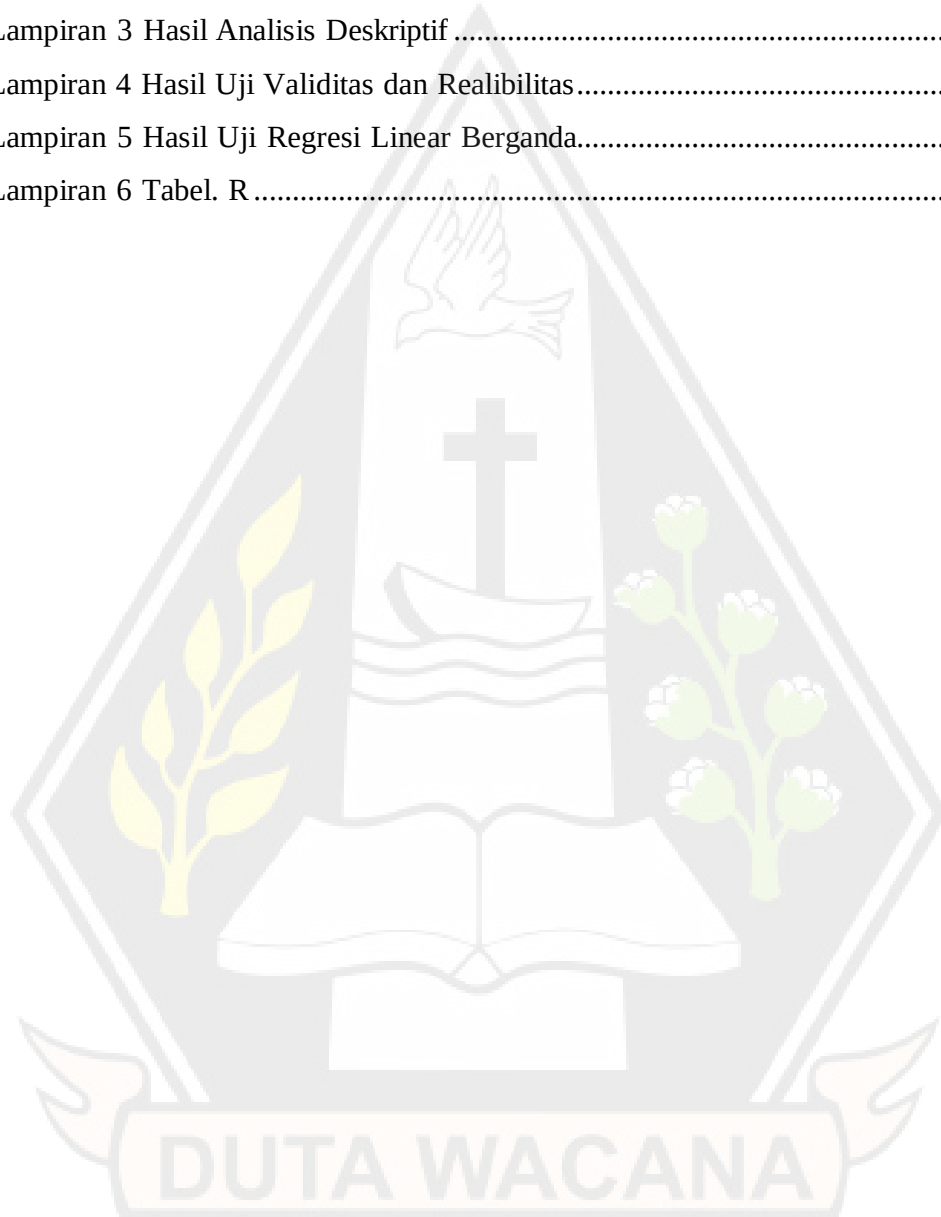
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian.....	21
--------------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	59
Lampiran 2 Data Kuesioner	63
Lampiran 3 Hasil Analisis Deskriptif	65
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Realibilitas	67
Lampiran 5 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	70
Lampiran 6 Tabel. R	71



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Fear of Missing Out (FoMO) dan Storytelling terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Lava Tour Merapi Yogyakarta. Fenomena FoMO yang berkembang melalui media social diyakini mendorong wisatawan untuk tidak ketinggalan tren destinasi populer, sedangkan Storytelling berperan dalam membangun daya Tarik emosional dan citra positif suatu destinasi.

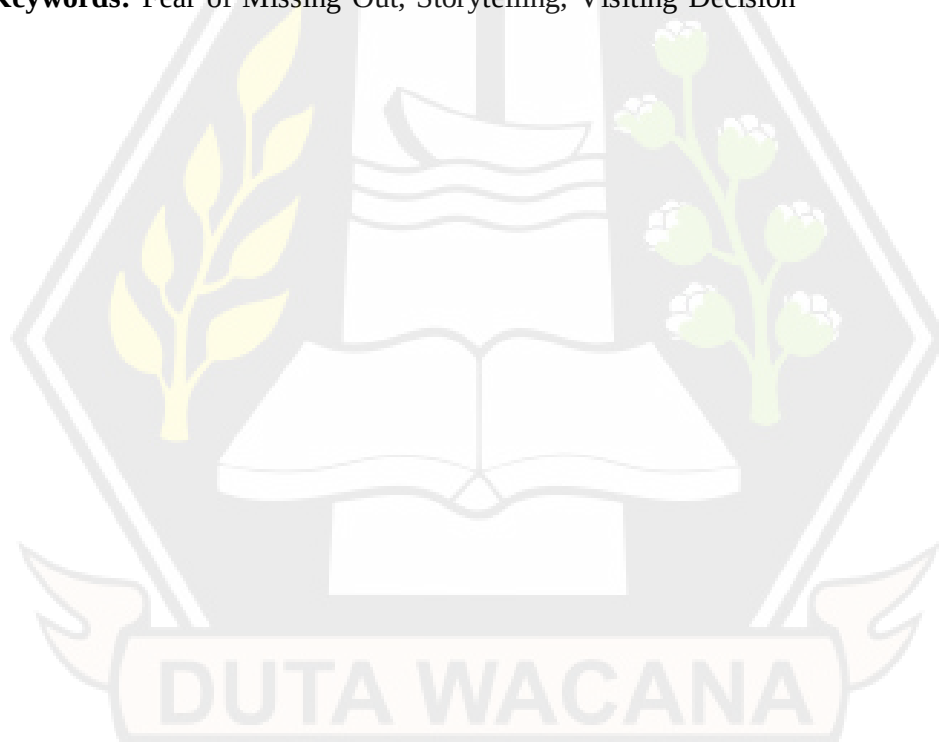
Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa FoMO dan Storytelling berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan. Secara simultan, FoMO dan Storytelling bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung. Hasil uji determinasi (R^2) sebesar 0,526 menunjukkan bahwa kedua variabel independen mampu menjelaskan 52,6% dalam Keputusan berkunjung wisatawan.



ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Fear of Missing Out (FoMO) and Storytelling on Tourists' Visiting Decisions at Lava Tour Merapi, Yogyakarta. The FoMO phenomenon that develops through social media is believed to encourage tourists not to miss out on popular destination trends, while Storytelling plays a role in building emotional appeal and a positive image of a destination. The results of the study show that both FoMO and Storytelling have a positive and significant influence on tourists' visiting decisions. Simultaneously, FoMO and Storytelling together have a significant effect on visiting decisions. The determination test (R^2) result of 0.526 indicates that the two independent variables can explain 52.6% of the variation in tourists' visiting decisions.

Keywords: Fear of Missing Out, Storytelling, Visiting Decision



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata menciptakan sebuah ekosistem interaksi yang melibatkan wisatawan, pelaku bisnis, pemerintah, dan masyarakat setempat, yang semuanya bekerja sama dalam proses menarik dan melayani pengunjung di suatu kawasan wisata. Sektor ini juga merupakan salah satu industri kunci yang mendorong pertumbuhan ekonomi pesat, baik dalam hal penyediaan lapangan kerja maupun peningkatan penghasilan regional. Terpantau dalam beberapa tahun terakhir ini industri pariwisata telah berkembang dengan pesat. Hal tersebut dipengaruhi dengan adanya teknologi informasi serta media sosial, yang dapat mengubah perilaku wisatawan.

Terkenal sebagai kota wisata, maka akan lebih banyak obyek wisata serta pengembangannya yang akan mendukung perekonomian Yogyakarta. Lava Tour Merapi menjadi salah satu pendukung pengembangan pariwisata di Yogyakarta. Berada di daerah utara dari Kota Yogyakarta, tempat ini menjadi area fokus pengembangan di provinsi Yogyakarta. Lava Tour merupakan perjalanan yang cukup ekstrim dimana wisatawan di ajak untuk menyelusuri Kawasan erupsi Merapi dengan medan bebatuan dan berpasir menggunakan mobil jeep. Pengunjung yang berwisata sudah di lengkapi dengan driver yang juga bisa menjadi tour guide dan fotografer. Saat perjalanan driver akan menceritakan bagaimana kondisi sebelum terkena erupsi dan bagaimana kondisi setelah erupsi.

Salah satu primadona masyarakat tentu saja rumah bekas Mbah Marijan yang terdampak erupsi Merapi. Dibuka sejak tahun 2010 pasca erupsi gunung Merapi, Lava Tour Merapi menjadi tren di media sosial pasca adanya erupsi gunung yang membuat wisatawan tertarik berkunjung untuk melihat bagaimana dampak yang terjadi saat erupsi. Dengan dibangunnya *Lava Tour*, masyarakat bisa bertahan dan mengembalikan kondisi ekonominya walaupun tidak seperti dulu lagi.

Tabel 1. 1 Wisatawan yang berkunjung ke wisata Lava Tour Merapi Tahun 2021-2024 (Jiwa).

Tahun	Jumlah Pengunjung Wisdom/Wisman
2021	806.704
2022	2.905.796
2023	2.547.545
2024	5.455.590

Sumber : Dinas Pariwisata Sleman 2024

Perkembangan teknologi dan pengaruhnya terhadap pola pikir Masyarakat, berperan penting dalam sektor pariwisata. Melalui pemanfaatan teknologi dan daya tarik keindahan alam, dapat mengundang perhatian banyak wisatawan. Dengan cara apa teknologi serta media sosial dapat mempengaruhi Keputusan berkunjung wisatawan, masih perlu di teliti lebih lanjut karna adanya fenomena yang muncul seperti *fear of missing out* dan *storytelling*. Dalam era teknologi yang semakin maju. Media sosial telah terintegrasi secara mendalam dan menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat sehari-hari. Alasan utamanya adalah karena platform ini menyediakan sarana untuk terhubung dengan teman, keluarga, maupun orang yang belum dikenal. Berbagai contoh media sosial seperti Instagram, facebook, tiktok, twitter dan masih banyak lagi.

Keputusan seseorang untuk berkunjung di suatu daerah wisatawan di pengaruhi banyak faktor antara yaitu *fear of missing out*. Przybylski,dkk (2013) dalam Santoso, dkk (2021) mengindikasi FOMO (*fear of missing out*) adanya kecemasan akan melewatkan momen serta terus ingin mencoba hal yang di lakukan oleh banyak orang di media sosial. Fransisca & Parani (2023) dalam penelitiannya bahwa FOMO merupakan faktor yang mendorong seseorang untuk melakukan pembelian. Wisatawan terdampak *fear of missing out* cenderung mengunjungi tempat wisata karena mengikuti trend wisata yang beredar di media sosial. Situasi ini terjadi pada wisata adventure, dimana masyarakat ramai berkunjung.

Di tengah nya wisatawan yang sudah berkunjung, wisatawan juga memberikan review terhadap wisata adventure. Hal ini bisa di sebut sebagai *storytelling*. *Storytelling* adalah bentuk komunikasi yang menceritakan ulang tentang apa yang pernah di alami ataupun dilihat. Rizka (2020) mengidentifikasi storytelling (seni bercerita) sebagai faktor yang berdampak pada keputusan pembelian seseorang atas produk atau jasa. Temuan ini didukung oleh Rachmah & Madiawati (2022), yang juga mengkonfirmasi adanya hubungan positif yang signifikan antara storytelling dengan keputusan pembelian.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penyusun merasa tertarik untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam khususnya mengenai keputusan berkunjung wisatawan di lava tour dengan judul PENGARUH FOMO DAN STORYTELLING TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI LAVA TOUR MERAPI YOGYAKARTA.

1.2 Rumusan Masalah

Untuk mengetahui masalah yang dibahas penyusun memberikan perumusan masalah yaitu :

1. Bagaimana pengaruh fear of missing out (FoMO) terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Lava Tour Merapi?
2. Bagaimana storytelling memengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung ke Lava Tour Merapi?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui hubungan antara fear of missing out (FoMO) dengan keputusan berkunjung wisatawan di Lava Tour Merapi.
2. Untuk menganalisis pengaruh *storytelling* terhadap keputusan berkunjung ke Lava Tour Merapi.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Perusahaan

Penelitian ini dapat membantu dalam memahami *fear of missing out* dan *storytelling*, membuka peluang untuk merancang strategi pemasaran,

mengelola reputasi. Apabila penelitian menekankan media sosial lebih efektif untuk menarik lebih banyak pengunjung.

2. Wisatawan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang destinasi wisata, meningkatkan ekonomi local, berbagi pengalaman mereka di media sosial yang tidak hanya memberikan kepuasan pribadi juga dapat merekomendasi pengunjung lain untuk berwisata di Lava Tour Merapi.

1.5 Batasan Penelitian

Dalam penelitian mengenai pengaruh fomo dan storytelling terhadap Keputusan berkunjung di lava tour merapi Yogyakarta, terdapat beberapa batasan membantu dan memastikan fokus dan kejelasan penelitian. Berikut adalah beberapa batasan yang dapat ditetapkan :

1. Tempat Penelitian : Lava Tour Merapi Yogyakarta
2. Waktu Penelitian : Bulan Februari sampai November 2025
3. Variabel Penelitian
 - a. Variable Independen :
 - *Fear of missing out*
 - *Storytelling*
 - b. Variable Dependen
 - Keputusan berkunjung
4. Batasan Responden : Penelitian ini kemungkinan hanya akan mengambil sampel dari wisatawan yang ditemui langsung di lokasi selama periode penelitian.
5. Keterbatasan Variabel yang Diteliti: Penelitian ini hanya berfokus pada dua variabel independen, yaitu FOMO dan *storytelling*.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Merujuk hasil analisis serta bahasan sebelumnya, dapat diringkas bahwa:

- a. *Fear of Missing Out* (FoMO) (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan di Lava Tour Merapi Yogyakarta. Hal ini menunjukkan bahwa rasa takut ketinggalan tren atau pengalaman yang dibagikan orang lain di media sosial terbukti menjadi faktor pendorong yang nyata bagi wisatawan untuk mengunjungi destinasi tersebut.
- b. *Storytelling* (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan di Lava Tour Merapi Yogyakarta. Hal ini membuktikan bahwa kekuatan narasi, baik cerita sejarah, legenda lokal (seperti Mbah Marijan), maupun konten kreatif, merupakan faktor dominan yang berhasil menarik minat dan mendorong keputusan wisatawan.
- c. *Fear of Missing Out* (FoMO) dan *Storytelling* secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan di Lava Tour Merapi Yogyakarta. Artinya, kombinasi antara dorongan psikologis untuk tidak ketinggalan tren (FoMO) dan daya tarik emosional dari sebuah cerita (Storytelling) secara bersama-sama memberikan pengaruh kuat terhadap keputusan akhir wisatawan.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Merujuk hasil analisis dari studi ini, terdapat keterbatasan sebagai berikut:

- a. Penelitian ini berfokus kepada dua variabel utama, yakni *Fear of Missing Out* (FoMO) dan *Storytelling*. Namun, hasil uji koefisien determinasi (Adjusted R Square) menunjukkan bahwa kedua variabel ini hanya mampu menjelaskan **52,6%** dari variabel Keputusan Berkunjung.
- b. Responden yang digunakan dalam penelitian ini mayoritas didominasi oleh kelompok usia muda, yaitu rentang usia 17–25 tahun (85%) dengan latar belakang pekerjaan sebagai Pelajar/Mahasiswa (71%). Hasil penelitian ini

kemungkinan hanya mencerminkan pandangan dan perilaku dari kelompok demografis tersebut dan belum tentu dapat digeneralisasikan untuk kelompok usia atau profesi yang lain.

5.3 Saran

5.3.1 Saran Untuk Pengelola Wisata

Berdasarkan temuan penelitian, berikut adalah beberapa saran yang dapat dipertimbangkan oleh pengelola Lava Tour Merapi:

1. Perkuat dan Prioritaskan Strategi Pemasaran Berbasis *Storytelling*. Mengingat *storytelling* terbukti menjadi faktor yang paling signifikan dalam memengaruhi keputusan berkunjung, pengelola disarankan untuk menjadikan narasi sebagai ujung tombak promosi.
2. Manfaatkan Fenomena FoMO sebagai Pendorong Kunjungan Karena FoMO terbukti berpengaruh signifikan, pengelola dapat secara aktif memanfaatkan fenomena ini. Strategi pemasaran dapat dirancang untuk menciptakan urgensi, misalnya dengan menonjolkan konten "yang sedang tren" di Lava Tour, membuat penawaran paket wisata terbatas (*limited time offer*), atau secara *real-time* menunjukkan keseruan pengunjung lain di media sosial untuk memicu rasa "takut ketinggalan" pada calon wisatawan.
3. Fasilitasi Pengunjung untuk Menciptakan dan Membagikan Cerita Mereka. Pengalaman pengunjung yang dibagikan di media sosial adalah bentuk *storytelling* yang paling otentik. Pengelola dapat mendorong ini dengan Menyediakan spot-spot foto yang ikonik dan informatif, Mengadakan kontes foto atau video dengan tagar khusus, Secara aktif membagikan ulang (repost) konten-konten menarik yang dibuat oleh pengunjung di akun media sosial resmi Lava Tour Merapi.

5.3.2 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya

Berdasarkan keterbatasan dan temuan dalam penelitian ini, berikut adalah beberapa saran untuk penelitian di masa mendatang:

1. Menambahkan Variabel Independen Lainnya Penelitian ini menunjukkan bahwa FoMO dan Storytelling hanya menjelaskan 52,6% dari keputusan berkunjung. Peneliti selanjutnya disarankan untuk memasukkan variabel lain yang berpotensi memiliki pengaruh, seperti kualitas pelayanan pemandu wisata, service quality, citra destinasi (*destination image*), persepsi harga, aksesibilitas, atau pengaruh ulasan daring (*e-WOM*).
2. Menggunakan Pendekatan Kualitatif untuk Memperdalam Analisis *Storytelling*. Meskipun penelitian ini membuktikan pengaruh signifikan *storytelling* secara kuantitatif, penelitian kualitatif (misalnya, wawancara mendalam dengan wisatawan atau pemandu) dapat memberikan wawasan yang lebih kaya tentang elemen cerita spesifik mana yang paling berdampak dan bagaimana emosi wisatawan terbentuk selama tur berlangsung.
3. Memperluas Sampel dan Demografi Responden. Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah kelompok usia muda (17-25 tahun) yang berstatus sebagai pelajar/mahasiswa. Untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif, penelitian selanjutnya dapat mengambil sampel yang lebih beragam, mencakup kelompok usia yang lebih tua, keluarga, wisatawan mancanegara, atau berbagai latar belakang profesi yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Almayla Adzra Faiza, Aliudin Aliudin, Dwi Novita Lestari, Desita Putri Rahmawati, Avrilya Indah Riyantika, & Anindya Widyariesta. (2025). Fenomena Fear of Missing Out dalam Tren Wisata Berbasis Media Sosial: Studi tentang Peningkatan Kunjungan di Agroeduwisata MarkazKomobidd. *Botani : Publikasi Ilmu Tanaman Dan Agribisnis*, 2(2), 238–250. <https://doi.org/10.62951/botani.v2i2.382>
- Andzani, D., Virgin, D., & Setijadi, N. (2024). Peran Media Sosial Dalam Membangun Citra Destinasi Pariwisata Yang Menarik. *JMBI UNSRAT* (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi), 11(1), 188–195. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v11i1.53212>
- Abel, J. P., & Buff, C. L. (n.d.). *Social Media and the Fear of Missing Out: Scale Development and Assessment*.
- Achwati, F., & Pd, S. (n.d.). UPAYA MENINGKATKAN KEMAMPUAN BERBICARA MELALUI METODE *CONTECTUAL STORYTELLING*.
- Agung, H. P., Lubis, L. A., Pane, N. F., Rangkuti, R. N., Siregar, O. M., & Siregar, A. M. (2024). Peran Storytelling Dalam Menyusun Dan Mempertahankan Identitas Brand Heritage Di Destinasi Wisata *Tjong A Fie* (Vol. 18).
- Chelsea, Genoviene, F., Riyanto, & 2024. (2024). Fenomena Fear of Missing Out (FOMO) terhadap Keputusan Pembelian *Donut of Curiosity*. In *Jurnal Hospitaliti dan Pariwisata* (Vol. 6, Issue 1). <http://ojs.stiami.ac.id>
- Chika, S., & Fahmawati, Z. N. (2024). PENGARUH *SELF CONTROL DAN FEAR OF MISSING OUT (FOMO)* TERHADAP ADIKSI MEDIA SOSIAL PADA GENERASI Z *THE INFLUENCE OF SELF-CONTROL AND FEAR OF MISSING OUT (FOMO) ON SOCIAL MEDIA ADDICTION IN GENERATION Z*. 7(2), 449–464.
- Fadilah, N. L., & Huda, M. (2024). Pengaruh Storytelling Marketing dan Citra Destinasi terhadap Minat Berkunjung Kembali dengan *Tourist Satisfaction* sebagai Variabel *Intervening* pada Pengunjung Tanaria Park. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 4(3), 1136–1147.
- Farida, H., Endahing Warni, W., & Arya Fakultas Psikologi Universitas Hang Tuah, L. (2021). *SELF-ESTEEM DAN KEPUASAN HIDUP DENGAN FEAR OF MISSING OUT (FoMO) PADA REMAJA* (Vol. 4).
- Fathadhika, S., & Afriani, D. (2018) *SOCIAL MEDIA ENGAGEMENT* SEBAGAI MEDIATOR ANTARA *FEAR OF MISSING OUT* DENGAN KECANDUAN MEDIA SOSIAL PADA REMAJA. *JPSP*, 2(3), 208–215.

- Fazria, N. (2024). *Fear Of Missing Out (FOMO) Pada Remaja Pengguna Media Sosial: Studi Pendahuluan*. Pendidikan Sosial Dan Konseling, 02(3), 1193–1202. <https://doi.org/10.47233/jpdsk.v2i3>
- Fitri, H., Hariyono, D. S., & Arpandy, G. A. (2024). Pengaruh *Self-Esteem* Terhadap Fear Of Missing Out (Fomo) pada Generasi Z Pengguna Media Sosial. Jurnal Psikologi, 1(4), 21. <https://doi.org/10.47134/pjp.v1i4.2823>
- Ghozali, Imam. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23
- Intan, A. N., Alwiyah, R. H., Mulyeni, S., & Herlina, H. (2024). Perilaku FoMO (Fear of Missing Out) pada Mahasiswa Pasim Bandung. *Indonesian Journal of Social Science (IJSS)*, 2(2), 22–31. <https://doi.org/10.58818/ijss.v2i2.76>
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). KONSEP UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS DENGAN MENGGUNAKAN SPSS. Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI), 18210047, 1–12.
- Kabohang, A. Z., Estikowati, E., & Asrofi, A. (2025). Pengaruh storynomics dan produk wisata terhadap minat berkunjung ke Kampung Pitu desa wisata Nglanggeran Gunungkidul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Jurnal Pariwisata Tourista, 4(2), 59–64. <https://doi.org/10.26905/jt.v4i2.15013>
- Kuswardani, D. (2020). Model Keputusan Berkunjung Pada Obyek Wisata Di Kota Semarang. Jurnal Industri Pariwisata, 2(2), 130–143. <https://doi.org/10.36441/pariwisata.v2i2.39>
- Kusyanda, M. R. P., Damasanthi, I. A. R., & Andiani, N. D. (2024). Tourist Behavior Model: Pengaruh Motivasi Dan Citra Destinasi Terhadap Niat Dan Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Pantai Penimbangan. Jurnal Pendidikan Teknologi Dan Kejuruan, 21(1), 45–56. <https://doi.org/10.23887/jptkundiksha.v21i1.73768>
- Laynurak, Y. M. (2022). Populasi dan pola perilaku primata dikawasan hutan wisata gua monyet tenau, sebagai potensi wisata pesisir di Kota Kupang NTT. *Biocoenosis*, 1(1), 11–18.
- Maria, G. A. R., & Darwis, R. S. (2022). Pendayagunaan Sumber Daya Lokal Dalam Pengembangan Desa Wisata Di Desa Cibuntu Kecamatan Pasawahan Kabupaten Kuningan Jawa Barat. *Aliansi : Jurnal Politik, Keamanan Dan Hubungan Internasional*, 0(0), 379–385. <https://jurnal.unpad.ac.id/aliansi/article/view/43290>
- Marsa, I. F., Abidah, A., Malik, A. R., Darwis, A., & Mansyur, M. (2025). Peningkatan Kapasitas Pemandu Wisata Arsitektur Kota melalui Pelatihan Bahasa Inggris dan Visual Storytelling. ABDI NUSANTARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 1(2), 107–114. <https://doi.org/10.64198/abdinusantara.v1i2.25>

- Maun, M. R. T., Widana, I. B. G. A., & Susianti, W. (2023). Faktor Pendorong dan Faktor Penarik Wisatawan Domestik Berkunjung ke Kawasan Taman Nasional Komodo di Era Normal Baru. *Journal of Applied Science in Tourism Destination*, 1(1), 11–22. <https://doi.org/10.52352/jastd.v1i1.1071>
- Nurul Melani Haifa, Indah Nabilla, Virda Rahmatika, Rully Hidayatullah, & Harmonedi Harmonedi. (2025). Identifikasi Variabel Penelitian, Jenis Sumber Data dalam Penelitian Pendidikan. *Dinamika Pembelajaran : Jurnal Pendidikan Dan Bahasa*, 2(2), 256–270. <https://doi.org/10.62383/dilan.v2i2.1563>
- Pasaribu, A. W., Ginting, J. A., & Andriani, N. N. (2022). Tourism Storytelling, Dampaknya Terhadap Niat Perilaku Wisata di Kawasan Danau Toba Kabupaten Samosir, Sumatera Utara. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 16(1), 77–85. <https://ejournal.kememparekraf.go.id/index.php/jki/article/view/266>
- Pratama, D., Nusanto, T. S., & Prasetyo, D. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Motivasi Terhadap Minat Kunjung Wisatawan pada Jeep Lava Tour Merapi. *PANUNTUN (Jurnal Budaya, Pariwisata, Dan Ekonomi Kreatif)*, 1(2), 65–73. <https://doi.org/10.61476/5k2r4k27>
- Pria Atmaja, J., & Edu, J. (n.d.). Jurnal Destinasi Pariwisata Peran Teknologi Informasi Dalam Peningkatan Daya Saing Destinasi Pariwisata Di Indonesia.
- Rahayu, S. (2022). PENGEMBANGAN PARIWISATA BERKELANJUTAN. <https://www.researchgate.net/publication/370060422>
- Sahrul, Rochmawan, M. R., Ratnasari, A. V., & Pramana, A. N. (2025). Pengolahan Data Kuantitatif Cepat dan Efektif. *Inclusive Society Community Services (Isco)*, 3(1).
- Sari, B. P., Wiarti, L. Y., & Mertha, I. W. (2024). The Effect of Memorable Tourism Experience on Storytelling Behavior and Revisit Intention in Jatiluwih Tourism Village. *Jurnal Impresi Indonesia*, 3(9), 685–704. <https://doi.org/10.58344/jii.v3i9.5412>
- Satria, B. (2025). Jurnal Psikologi Atribusi : Jurnal Pengabdian Menghadapi FOMO (Fear of Missing Out) dalam wisata : Peran Media Sosial dalam Pembentukan Preferensi Destinasi. *Jurnal Psikologi Atribusi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 42–48.
- Sitohang, D. I., & Butarbutar, F. (2025). Pengaruh Fear of Missing Out (FOMO) Terhadap Psychological Well-Being pada Remaja Pengguna Media Sosial di Kota Medan. *Jurnal Pendidikan, Sains, Sosial Dan Agama*, 10(2), 285–294. <https://jurnal.radenwijaya.ac.id/index.php/PSSA/article/view/1909>
- Susanti, I., & Saumi, F. (2022). Penerapan Metode Analisis Regresi Linear Berganda Untuk Mengatasi Masalah Multikolinearitas Pada Kasus Indeks Pembangunan Manusia (Ipm) Di Kabupaten Aceh Tamiang. *Gamma-Pi*:

Jurnal Matematika Dan Terapan, 4(2), 38–42.

Syafaah, N., & Santoso, I. H. (2022). Fear of Missing Out dan Korean Wave : Implikasinya pada Keputusan Pembelian Kosmetik asal Korea. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 5(3), 405–414. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v5i3.239>

Syamer, D. M., & Setyawati, I. (2024). Pengaruh Fomo, Persepsi Harga Dan Promosi Medsos Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Karen's Diner Jakarta. *Edunomika*, 8(3), 1–9.

Tasrif, M. J., & Rahmiyanti, D. (2024). Pengembangan Pariwisata Alam di Gunung Merapi, Yogyakarta. *Jurnal Manajemen FE-UB*, 12(1), 1–7. <https://ejournal.borobudur.ac.id/index.php/manajemen/article/view/1452%0Ahttps://ejournal.borobudur.ac.id/index.php/manajemen/article/download/1452/1110>

Wahyu, A. Y. M., Berto, A. R., & Murwani, E. (2022). Storytelling, citra destinasi, dan pengalaman merek pada video promosi kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 6(2), 679–698. <https://doi.org/10.25139/jsk.v6i2.4928>

Wahyudi, S. A. (2024). Peran Storytelling dalam Membentuk Narasi yang Berdampak pada Era Digital. *II(02)*, 1–10. <https://doi.org/10.22236/komunika.v12i2.18265>

Widiati, E., & Utami, A. R. (2023). Faktor Motivasi Kunjungan Wisatawan Labuan Bajo Pada Masa Pandemi Covid-19. *Altasia Jurnal Pariwisata Indonesia*, 5(1), 10. <https://doi.org/10.37253/altasia.v5i1.6819>

Yunita, N., & Seltika Canta, D. (2022). Penerapan Metode Technology Acceptance Model dalam Mengukur Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli. *Jurnal Sosial Teknologi*, 2(5), 443–451. <https://doi.org/10.59188/jurnalsostech.v2i5.338>

ZAITIN HUMAIRA NIM, D. (2022). HUBUNGAN KONTROL DIRI DENGAN KECENDERUNGAN *FEAR OF MISSING OUT (FOMO)* PADA MAHASISWA UIN AR-RANIRY BANDA ACEH SKRIPSI.