

INTISARI

YAAFI RAMADAN, 2018. Analisis Strategi Promosi Menggunakan Media Sosial Instagram dan Fitur *Hashtag* Terhadap Minat Pengunjung di Karst Tubing Agromulyo Sedayu Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta

Program Diploma III Manajemen Sekolah Vokasi Universitas Gadjah Mada.

Karst Tubing merupakan salah satu penyedia jasa wisata susur sungai yang berada di daerah Bantul, Yogyakarta. Berawal dari warga untuk warga Karst Tubing dibangun untuk memberdayakan potensi alam berupa sungai yang berindingkan *karst*. Era digital membawa banyak perubahan, termasuk pada aspek pemasaran. Metode pemasaran hampir sama, tetapi memengaruhi cara dan media pemasar untuk mengiklankan produk atau jasanya. Banyak sekali metode pemasaran dengan menggunakan internet (*E-Marketing*) salah satunya dengan media sosial. Salah media sosial adalah menggunakan Instagram.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari akun Instagram sebagai media promosi secara *online* terhadap minat wisatawan wahana sungai alam Karst Tubing. Objek penelitian ini adalah akun instagram https://www.instagram.com/karst_tubing/. Dua variabel penelitian, pertama *variable independent* (X_1, X_2) yang akan memengaruhi *variable Independent* (Y) terkait yaitu promosi melalui Instagram. Penggunaan fitur *hashtag* juga akan menjadi pertimbangan untuk menambah kunjungan pengguna Instagram ke akun @karst_tubing. Data didapat dengan kuesioner yang diisi oleh 100 responden dari pengikut akun Instagram @karst_tubing. Alat uji menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji analisis deskriptif, uji korelasi sederhana, uji normalitas, uji regresi linear ganda, dengan bantuan alat SPSS 21.0. Hasil uji tersebut menunjukkan angka hasil akhir regresi linear berganda dengan *r square* 0.899, Nilai tersebut sama dengan nilai 89.9% angka ini berarti *up to date* (X_1) dan *informative* (X_2) berpengaruh terhadap minat kunjung sebesar 89.9% sehingga sisanya sebesar 10.1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya. Fitur *hashtag* juga menunjukkan hasil dominan sangat setuju dan setuju sebesar 53% bahwa fitur *hashtag* dibutuhkan untuk menemukan akun Instagram @karst_tubing. Fitur *hashtag* juga diperlukan untuk menemukan tempat wisata yang bagus.

Kata Kunci: Instagram, Promosi, Minat Pengunjung, Media Sosial, Analisis, *Hashtag*

ABSTRACT

YAAFI RAMADAN, 2018. *Analysis of Promotion Strategies Using Social Media Instagram and Hashtag Feature on Visitor Interest in Karst Tubing Agromulyo Sedayu Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta*

Program Diploma III Manajemen Sekolah Vokasi Universitas Gadjah Mada.

Karst Tubing is one of the tourist service providers susur river located in Bantul, Yogyakarta. Starting from the residents for residents Karst Tubing built to empower the natural potential of a river with karst wall. The digital era brings many changes, including the marketing aspect. Marketing methods are similar, but affect the way and media marketers to advertise their products or services. Lots of methods of marketing by using the Internet (E-Marketing) one of them with social media One of the social media is using Instagram.

This study aims to analyze the influence of Instagram accounts as an online campaign against the interest of tourists natural rides Karst Tubing. The object of this research is instagram account https://www.instagram.com/karst_tubing/. Two variables of research, first independent variable (X1, X2) which will affect the relevant Independent (Y) variable is promotion through Instagram. The use of hashtag features will also be a consideration for adding Instagram user traffic to @karst_tubing account. Data obtained by questionnaire filled by 100 respondents from followers Instagram @karst_tubing account. The test instrument uses validity test, reliability test, descriptive analysis test, simple correlation test, normality test, multiple linear regression test, with SPSS 21.0 tool aid. The result of the test shows the number of multiple linear regression with r square 0.899. This value is equal to 89.9% This means up to date (X1) and informative (X2) effect on the visit interest 89.9%, so the rest of 10.1% is influenced by other factors. The hashtag feature also shows a strongly agree and agreeable 53% result that a hashtag feature is required to find an Instagram @karst_tubing account. The hashtag feature is also required to find great sights.

Keywords: *Instagram, Promotion, Visitor Interests, Social Media, Analysis, Hashtag*