

KEEFEKTIFAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI AGROWISATA BHUMI MERAPI DI KABUPATEN SLEMAN

INTISARI

Agrowisata merupakan suatu kegiatan yang mengintegrasikan sistem pertanian dan sistem pariwisata sehingga membentuk objek wisata yang menarik. Pada pengembangannya, suatu agrowisata perlu mendapatkan dukungan dalam bentuk promosi untuk meningkatkan banyaknya jumlah pengunjung, menambah edukasi pertanian kepada pengunjung serta menambah pemasukan bagi pengelola agrowisata. Penelitian ini dilaksanakan di Agrowisata Bhumi Merapi Yogyakarta dengan tujuan mengetahui tingkat keefektifan instagram sebagai media promosi Agrowisata Bhumi Merapi Yogyakarta dan faktor-faktor yang mempengaruhi. Metode yang digunakan yaitu metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel dilakukan secara *systematic random sampling* dengan total responden 61 orang. Analisis yang digunakan yaitu uji proporsi dan uji regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan instagram sebagai media promosi Agrowisata Bhumi Merapi Yogyakarta mempunyai tingkat keefektifan 95,08% artinya, secara umum pengunjung menilai instagram Agrowisata Bhumi Merapi efektif digunakan sebagai media promosi. Keefektifan instagram secara nyata dipengaruhi oleh persepsi pengunjung dan daya tarik foto/video yang diunggah pada akun resmi instagram Agrowisata Bhumi Merapi.

Kata kunci : agrowisata, promosi, instagram

*THE EFFECTIVENESS OF INSTAGRAM AS THE PROMOTION MEDIA OF
BHUMI MERAPI AGRO-TOURISM IN SLEMAN REGENCY*

ABSTRACT

Agro-tourism is an activity that integrates the agricultural system and the tourism system so that it forms an attractive tourist attraction. In its development, an agro-tourism needs to get support in the form of promotion to increase the number of visitors, to increase agricultural education to visitors and to increase the income for agro-tourism managers. This research was conducted at the Yogyakarta Merapi Bhumi Agro Tourism with the aim to identify the level of Instagram effectiveness as a promotional medium for the Yogyakarta Merapi Bhumi Agro Tourism and the influencing factors. The method used is descriptive method with a quantitative approach. Sampling was done by systematic random sampling with a total of 61 respondents. The analysis used is the proportion test and multiple linear regression test. The results showed that Instagram as a promotional media for Bhumi Merapi Yogyakarta Agro Tourism has an effectiveness level of 95.08%. It means that in general visitors rate the Bhumi Merapi Agro Tourism as an effective media for promotion. The effectiveness of Instagram is significantly influenced by the perception of visitors and the attractiveness of photos or videos which are uploaded on the official Instagram account of Bhumi Merapi Agro Tourism.

Keywords: Agro-tourism, Promotion, Instagram