

INTISARI

Pesatnya pertumbuhan industri *smartphone* dan kecepatan akses internet memudahkan orang-orang untuk mendapatkan informasi secara cepat dan efektif. Di bidang pemasaran, hal ini dapat mempengaruhi bagaimana promosi dilakukan. Fungsi utama dari media sosial yang sebenarnya adalah sarana untuk berbagi informasi teks, gambar, video, dan audio oleh satu individu dengan individu lain. Pada saat ini media sosial menjadi biasa digunakan oleh beberapa perusahaan sebagai alat promosi termasuk dalam industri pariwisata. Media sosial yang sering digunakan salah satunya adalah Instagram, sebuah aplikasi yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi foto dan gambar bersama dengan pesan singkat antar pengguna satu dan pengguna lain. Penelitian ini membahas bagaimana Instagram sebagai media sosial dapat memengaruhi minat pembelian atau kunjungan wisatawan menuju suatu destinasi wisata. Objek penelitian ini adalah Gembira Loka Zoo yang berlokasi di Jl. Kebun Raya no 2 Yogyakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana. Variabel-variabel pada penelitian ini adalah minat kunjungan sebagai variabel dependen dan media sosial sebagai variabel independen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa informasi yang disampaikan melalui Instagram efektif dalam meningkatkan minat kunjungan hingga sebesar 71,1%.

Kata kunci: Gembira Loka Zoo, Instagram, promosi, minat beli, minat kunjungan.

ABSTRACT

Smartphone industry are growing up rapidly also the speed of internet access make people easy to get information quickly and effectively. In marketing, this affects how promotions are carries over. The actual use of social media is to share text, image, video and audio information with each other. Nowadays social media is commonly use by companies as a promotional tool, including in the tourism industry. One of the most commonly uses social media is Instagram, an application that allows users to share photos and images along with short messages with other users. This research discusses how Instagram as social media can influence the visitation interenst toward a tourist destination. The subject of this research is Gembira Loka Zoo that located on Jl. Kebun Raya No. 2 Yogyakarta. The method used in this research is quantitative using simple linear regression analysis. The variables in this research were visitation Intention as the dependent variable and social media as the independent variable. The results showed that the information conveyed through Instagram was effective in increasing the visits Intention by up to 71.1%.

Keywords: Gembira Loka Zoo, Instagram, Promotion, Purchase Intention, Visit Intention.