

PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN KE KAWASAN WISATA MANGUNAN, DLINGO, KABUPATEN BANTUL

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui media sosial apa saja yang berperan dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Mangunan.

Lokasi penelitian ini adalah kawasan wisata di Desa Mangunan, Kecamatan Dlingo, Kabupaten Bantul, Yogyakarta sebagai salah satu tujuan wisata di Yogyakarta. Mangunan yang digunakan dalam penelitian ini merupakan predikat dari keseluruhan tempat yang memiliki potensi serta daya tarik pariwisata. Penelitian ini dilakukan dengan pengambilan data di Mangunan serta pemilihan responden berdasarkan lokasi tujuan wisata, dalam hal ini responden adalah wisatawan yang sedang berpariwisata di kawasan Mangunan. Waktu yang dialokasikan untuk penelitian ini adalah 5 bulan, dimulai dari bulan April 2019.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa sebagian besar responden menggunakan media sosial Instagram untuk mencari informasi tentang wisata desa Mangunan. Kemudian diikuti oleh media sosial Facebook. Pengunjung yang paling banyak menggunakan Facebook adalah lulusan S dan pengunjung yang paling banyak menggunakan Instagram adalah lulusan SMA. Pengunjung yang paling banyak menggunakan Facebook adalah bekerja sebagai Pelajar/Mahasiswa dan pengunjung yang paling banyak menggunakan Instagram adalah bekerja sebagai Pelajar/Mahasiswa. Pengunjung yang paling banyak menggunakan Facebook adalah berpendapatan 1 juta – 2 juta rupiah dan pengunjung yang paling banyak menggunakan Instagram adalah berpendapatan 1 juta – 2 juta rupiah. Pengunjung yang paling banyak menggunakan Facebook adalah perempuan dan pengunjung yang paling banyak menggunakan Instagram adalah perempuan.

Kata Kunci: *Media Sosial, Kawasan Wisata Mangunan,*

THE ROLE OF SOCIAL MEDIA TO ESCALATE VISITING TOURIST TO MANGUNAN, DLINGO, BANTUL REGENCY

ABSTRACT

This study seeks to examine which social media plays a key role in escalating the tourist visits in Mangunan tourism area.

The location of this research is situated in Mangunan tourist village, located in Bantul Regency, specifically in Dlingo sub-district. The word Mangunan used in this study is a location term that represents the overall places that have tourism potential and attractiveness. This research was conducted by collecting data in Mangunan tourist village with the selection of the respondents that were based on the location of tourist destinations, in this case, the tourists who were visiting the Mangunan area. The duration of this research is five months long, starting from April 2019.

Based on the results of the study, it shows that most respondents use Instagram as their social media preference to find information about Mangunan tourist village. Following the result is Facebook as the second popular choice of social media. There is a unique difference in terms of the educational background of the visitors where Facebook users are mostly high school graduates while visitors who use Instagram are mostly high school graduates. As for the occupational background, the visitors who use Facebook the most are students while the Instagram users are working as students. In terms of wealth background, visitors who use Facebook the most are earning one to two million rupiahs and while visitors who mostly use Instagram are earning one to two million rupiahs. In gender lens, the visitors who use Facebook the most are women while Instagram users are women.

Keywords: Social Media, Mangunan Tourism Area,