

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi menggunakan media sosial instagram terhadap minat wisatawan mengunjungi destinasi wisata di Daerah Istimewa Yogyakarta. Objek penelitian ini adalah akun instagram Wonderful Jogja yang menerapkan instagram sebagai media penyebaran informasi dan berpromosi destinasi wisata yang sudah populer maupun yang belum populer di Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu promosi menggunakan instagram dan minat mengunjungi. Empat elemen dari penelitian promosi menggunakan instagram antara lain *up to date*, informatif, kemudahan, dan minat mengunjungi. Data didapat dari kuesioner yang diisi oleh 60 responden dari pengguna instagram yang juga pengikut akun Wonderful Jogja.

Kata Kunci: Destinasi Wisata, Instagram, Media Sosial, Minat Mengunjungi, Promosi

## ABSTRACT

*This study aims to analyze the impact of promotion using social media instagram against the interest of tourists visiting tourism destinations in special region of yogyakarta. The object of this study is an account instagram wonderful jogja that using instagram as a medium for distributing information and promotion of tourist destinations are already popular or not popular in yogyakarta. This study uses two variables using promotion using instagram and interests visit. Four elements of the research promotion using instagram include up to date, informative, convenience, and visiting intention. Data obtained from questionnaires completed by 60 respondents from instagram users who are also followers of the account wonderful jogja.*

*Keywords: Instagram, Promotion, Social Media, Tourist Destination, Visiting Intention*