

Intisari

Studi Deskriptif Kuantitatif Hubungan Antara Promosi Melalui Media Sosial Instagram Dengan Minat Wisatawan Terhadap Pariwisata di Yogyakarta Studi Kasus di PT. BKS Tour & Travel

Rina Shafita
13.07.2093

Kemajuan teknologi informasi terutama internet yang begitu pesat menjadikan *instagram* sebagai salah satu hal yang sulit untuk dipisahkan dari para pengguna internet termasuk dari kalangan anak-anak sampai semua kalangan, karena *instagram* sangat mudah diakses dengan koneksi internet. Penulis skripsi ini bertujuan memaparkan hasil studi korelasi antara promosi menggunakan sosial media dan minat wisatawan terhadap pariwisata di Yogyakarta. Alasan pokok dibalik pelaksanaan penelitian ini adalah untuk mengetahui minat-minat wisatawan terhadap pariwisata di Yogyakarta.

Dengan adanya *instagram*, berpotensi menimbulkan dampak positif, dampak ini menimbulkan kemajuan wisata yang ada di Yogyakarta dan ada pula dampak yang ditimbulkan ialah adanya pemasukan ekonomi bagi penduduk di kota Yogyakarta seperti penjualan yang ada di spot-spot wisata. Dengan hasil yang seperti ini, peneliti dengan metode kuantitatif ini dilakukan di PT.BKS tour dan travel cabang Yogyakarta, dengan populasi sebanyak 180 orang dan sample sebanyak 90 orang. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan wawancara.

Dari data yang berhasil dikumpulkan dan analisis dengan menggunakan teknik korelasi *Kendall Tau's*, penulis mendapatkan bahwa ada hubungan negatif signifikan ($r=-0.010$) antara promosi menggunakan sosial media *instagram* dengan minat wisatawan pariwisata di kota Yogyakarta tersebut. Namun, studi lebih lanjut dengan jumlah orang yang lebih banyak dapat memberikan gambaran yang lebih baik mengenai situasi ini.

Kata kunci : kemajuan teknologi, korelasi, hubungan, promosi sosial
instagram, minat wisatawan

ABSTRACT

Quantitative descriptive study on the relation between promotion through social media instagram with tourist laterest abstract to words tourist in Yogyakarta Care study in PT.BKS tour dan travel.

Rina Shafita

13.07.2093

Advances in information technology, especially the Internet is so rapidly making Instagram as one of the things that are difficult to be separated from the internet users, including from among the children to all walks of life, because instagram is very easily accessible with internet connection. The writer of this thesis aims to describe the correlation study results between promotion using social media and the interest of tourists to tourism in Yogyakarta. The main reason behind the implementation of this research is to know the interests of tourists to tourism in Yogyakarta.

With the instagram, potentially a positive impact, this impact led to the progress of tourism in Yogyakarta and there is also an impact that is generated an economic income for residents in the city of Yogyakarta such as penjualan existing in tourist spots. With results like this, researchers with this quantitative method conducted in PT.BKS tour and travel branch Yogyakarta, with a population of 180 people and a sample of 90 people. Data collection using questionnaires and interviews.

From the data collected and the analysis using Kendall Tau's correlation technique, the authors found that there was a significant negative relationship ($r = -0.010$) between promotion using social media instagram with the interest of tourism tourists in Yogyakarta city. However, further studies with more people can provide a better picture of the situation.

Keywords: technological progress, correlation, relationship, social promotion
instagram, tourist interest.