

SKRIPSI

**PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP
MINAT KUNJUNG *FOLLOWERS* AKUN RESMI MUSEUM
SONOBUDOYO KE MUSEUM SONOBUDOYO
YOGYAKARTA**

**(Studi Kasus pada *Followers* Akun Instagram Museum Sonobudoyo
Yogyakarta @sonobudoyo)**



OLEH

TRIANA MUSTIKA

NIM 417100512

**PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA
2021**

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP
MINAT KUNJUNG *FOLLOWERS* AKUN RESMI MUSEUM
SONOBUDOYO KE MUSEUM SONOBUDOYO

YOGYAKARTA

(Studi Kasus pada *Followers* Akun Instagram Museum Sonobudoyo
Yogyakarta @sonobudoyo)



OLEH

TRIANA MUSTIKA

NIM 417100512

Telah Disetujui Oleh:

Pembimbing I

I Putu Hardani HD, S. St., M.M. Par
NIDN. 0506108201

Pembimbing II

Hamdan Anwari, S. Pd., M. Pd. B. I
NIDN. 0509118801

Mengetahui
Ketua Prodi

Yudi Setiaji, SH. M.M.
NIDN. 0508066401

BERITA ACARA UJIAN

**PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP
MINAT KUNJUNG *FOLLOWERS* AKUN RESMI MUSEUM
SONOBUDOYO KE MUSEUM SONOBUDOYO
YOGYAKARTA**

**(Studi Kasus pada *Followers* Akun Instagram Museum Sonobudoyo
Yogyakarta @sonobudoyo)**



Telah dipertahankan di depan tim penguji dan dinyatakan

Pada tanggal: 20 November 2021

TIM PENGUJI

Penguji Utama : Hari Rachmadi, S.E., M.M
(NIDN. 0505076501)

Pembimbing I : I Putu Hardani HD, S.St., M.M.Par
(NIDN. 0506108201)

Pembimbing II : Hamdan Anwari, S. Pd., M. Pd. B. I
(NIDN. 0509118801)

Mengetahui
Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta



SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS KARYA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Triana Mustika

NIM : 417100512

Program Studi : Usaha Perjalanan Wisata Angkatan 2017

Judul Skripsi : **PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
TERHADAP MINAT KUNJUNG *FOLLOWERS* AKUN
RESMI MUSEUM SONOBUDOYO KE MUSEUM
SONOBUDOYO YOGYAKARTA**

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar Sarjana di suatu Perguruan Tinggi dan skripsi ini adalah hasil penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari penelitian orang lain.

Yogyakarta, 20 November 2021



Triana Mustika

MOTTO

“Tetapi kamu ini, kuatkanlah hatimu, jangan lemah semangatmu, karena ada upah
bagi usahamu”

(2 Tawarikh 15:7)

“You are your greatest motivation”

(Jae)

“It’s important to believe in yourself, because if you don’t, who will?”

(Sungjin)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala berkat, pertolongan dan anugerah-Nya melalui orang-orang yang membimbing dan mendukung dengan berbagai cara sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini saya mempersembahkan skripsi ini sebagai rasa cinta dan sayang saya kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Margo dan Ibu Rusna atas segala dukungan, pengorbanan dan doa restu untuk saya selama ini.
2. Ibu I Putu Hardani Hesti Duari, S.St.,M.M.Par dan Bapak Hamdan Anwari, S.Pd.,M.Pd.B.I, selaku dosen pembimbing skripsi saya yang telah memberikan arahan, saran dan nasehat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Seluruh pihak Pengelola Museum Sonobudoyo Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan dan membantu saya dalam penelitian ini,
4. Sahabat - sahabat seperjuangan saya atas segala dukungan dan bantuan kalian.
5. Kepada Billy terimakasih banyak atas perhatian, dukungan dan selalu memberikan semangat.
6. Untuk diri saya sendiri, terimakasih banyak atas segala perjuangan dan kesabaran sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan pertolongan yang dilimpahkan kepada peneliti, sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP MINAT KUNJUNG *FOLLOWERS* AKUN RESMI MUSEUM SONOBUDOYO KE MUSEUM SONOBUDOYO YOGYAKARTA” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Pariwisata pada Program Studi Usaha Perjalanan Wisata di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu, diantaranya:

1. Ibu I Putu Hardani HD.,S.St.,M.M.Par selaku dosen pembimbing I yang telah sabar serta menyempatkan waktunya untuk memberikan arahan, bimbingan, dan nasehat yang sangat luar biasa.
2. Bapak Hamdan Anwari, S.Pd.,M.Pd.B.I selaku dosen pembimbing II yang telah sabar serta menyempatkan waktunya untuk memberikan arahan, bimbingan, dan nasehat yang sangat luar biasa.
3. Bapak Hari Rachmadi, S.E.,M.M selaku dosen penguji utama yang telah memberikan arahan dalam penyusunan skripsi hingga selesai.
4. Bapak Yudi Setiaji, S.H.,M.M selaku Ketua Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.
5. Bapak Setyawan Sahli, S.E.,M.M selaku Kepala Museum Sonobudoyo Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian di Museum Sonobudoyo Yogyakarta.

Dengan segala keterbatasan, skripsi ini masih jauh dari sempurna, sehingga masukan dan kritik yang membangun sangat peneliti harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi segenap pihak yang berkepentingan.

Yogyakarta, 20 November 2021

Triana Mustika

DAFTAR ISI

SKRIPSI	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
BERITA ACARA UJIAN	iii
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS KARYA	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Batasan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Teorisasi.....	8
1. Promosi	8
2. Media Sosial.....	11
3. Instagram.....	13
4. Minat Kunjung Wisatawan.....	17
B. Penelitian Terdahulu	21
C. Kerangka Pemikiran	23
D. Hipotesis Penelitian.....	23
BAB III METODE PENELITIAN	24

A. Jenis Penelitian.....	24
B. Objek dan Subjek Penelitian.....	24
C. Lokasi dan Waktu Penelitian	24
D. Populasi dan Sampel	25
E. Variabel Penelitian	26
1. Variabel Penelitian.....	26
2. Definisi Konseptual	27
3. Definisi Operasional Variabel dan Indikator.....	28
F. Metode Pengumpulan Data.....	28
1. Jenis Instrumen	28
2. Uji Kelayakan Instrumen	30
G. Metode Analisis Data	31
1. Analisis Regresi Linear Sederhana	31
2. Uji F.....	32
3. Uji Koefisien Determinasi (R²)	33
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	34
A. Gambaran Umum	34
B. Karakteristik Data Penelitian	52
C. Hasil Uji Instrumen	55
1. Hasil Uji Validitas	55
2. Hasil Uji Reabilitas.....	57
D. Hasil Penelitian	58
E. Pembahasan	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	63
A. Kesimpulan	63
B. Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Kunjungan Museum Sonobuyo	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.1 Operasional Variabel dan Indikator	28
Tabel 4.1 Jam Operasional	36
Tabel 4.2 Harga Tiket Masuk.....	36
Tabel 4.3 Jenis Kelamin	52
Tabel 4.4 Usia.....	53
Tabel 4.5 Pengguna Aktif Instagram	53
Tabel 4.6 Frekuensi Akses Instagram Perhari	54
Tabel 4.7 Lama Menggunakan Instagram.....	55
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas	56
Tabel 4.9 Hasil Uji Reabilitas	57
Tabel 4.10 Hasil Uji f.....	58
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Media Sosial di Indonesia Januari 2021	3
Gambar 1.2 Peringkat Pengguna Instagram di Indonesia Januari 2021	4
Gambar 2.1 Kerangka Pikiran	23
Gambar 4.1 Museum Sonobudoyo Yogyakarta	34
Gambar 4.2 Peta Lokasi Museum Sonobudoyo Yogyakarta	37
Gambar 4.3 Logo Instagram Museum Sonobudoyo	38
Gambar 4.4 Loket Tiket	39
Gambar 4.5 Area Parkir	40
Gambar 4.6 Tempat Cuci Tangan.....	41
Gambar 4.7 Mushola.....	41
Gambar 4.8 Koleksi Gamelan	42
Gambar 4.9 Ruang Medical Center	43
Gambar 4.10 Ruang Bioskop	43
Gambar 4.11 Ruang Koleksi	45
Gambar 4.12 Ruang Koleksi	45
Gambar 4.13 Ruang Pagelaran Wayang	46
Gambar 4.14 <i>Hashtag</i> #sahabatsonobudoyo	47
Gambar 4.15 Beranda Instagram	48
Gambar 4.16 Reels.....	48
Gambar 4.17 IGTV	49
Gambar 4.18 Guide.....	49
Gambar 4.19 Insta Story	50
Gambar 4.20 Sorotan Cerita.....	51
Gambar 4.21 Nomor Kontak.....	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keterangan Pengantar Surat Ijin Penelitian

Lampiran 2 Surat Keterangan Pengantar Balasan Ijin Penelitian

Lampiran 3 Kuesioner Penelitian

Lampiran 4 Data Akun Instagram Responden

Lampiran 5 Data Kuesioner

Lampiran 6 Hasil Karakteristik Responden

Lampiran 7 Hasil Uji Validitas

ABSTRAK

Promosi merupakan faktor penting dalam meningkatkan kunjungan wisatawan. Sebagian besar destinasi wisata memanfaatkan Instagram sebagai media promosi, salah satunya adalah Museum Sonobudoyo Yogyakarta. Seiring perkembangan zaman, museum harus menghadapi tantangan untuk terus meningkatkan kunjungan wisatawan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh promosi media sosial Instagram terhadap minat kunjung *followers* akun resmi Museum Sonobudoyo ke Museum Sonobudoyo Yogyakarta.

Metode dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan metode *survey*, dengan pengambilan data menggunakan kuesioner. Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 99 responden, responden pada penelitian ini adalah *followers* akun Instagram @sonobudoyo. Metode pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Penelitian ini dilakukan di Museum Sonobudoyo Yogyakarta berfokus pada akun Instagram @sonoudoyo yang dikelola langsung oleh Museum Sonobudoyo Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan pada bulan Agustus-September 2021.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan promosi media sosial Instagram terhadap minat kunjung *followers* akun resmi Museum Sonobudoyo ke Museum Sonobudoyo Yogyakarta, dibuktikan dengan nilai f hitung $>$ f tabel yaitu $430.823 > 2.76$ dan nilai taraf signifikansi lebih kecil dari 0.1 ($000 < 0.1$). Besar pengaruh yang diberikan promosi instagram terhadap minat kunjung *followers* ditunjukkan oleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 81.6% sedangkan sisanya sebesar 18.4% dipengaruhi oleh faktor lain. Diduga faktor lain yang dimaksud adalah faktor harga tiket masuk, lokasi, fasilitas dan lain-lain. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengembangkan dengan menggunakan variabel yang berbeda dan dengan teknik pengumpulan data yang berbeda, sehingga data dan varian penelitian yang diperoleh lebih beragam.

Kata Kunci : Promosi Instagram, Minat Kunjung *followers*, Museum Sonobudoyo.

ABSTRACT

The promotion is an important factor in increasing tourist visits. Most tourist destinations use Instagram as a promotional tool, one of which is Museum Sonobudoyo Yogyakarta. Along with the times, museums must face challenges to continue to increase tourist visits. The purpose of this research is to determine the effect of Instagram social media promotion on the interest of visiting followers to the Museum Sonobudoyo Yogyakarta.

The method of this research is quantitative descriptive with a survey method, and data collection using a questionnaire. This research took a sample of 99 respondents, the respondents in this research were followers of the Instagram account @sonobudoyo. The sampling method of this research using purposive sampling method. This research was conducted at the Museum Sonobudoyo Yogyakarta focusing on the Instagram account @sonoudoyo which is managed directly by the Museum Sonobudoyo Yogyakarta. This research was conducted in August until September 2021.

The results showed that there was a simultaneous effect of Instagram promotion on followers interest in visiting Museum Yogyakarta. It is proven by the f arithmetic value $> f$ table ($430.823 > 2.76$) and the significance level value is less than 0.1 ($000 < 0.1$). The magnitude of the influence given by the promotion of Instagram on the interest in visiting followers is shown by the value of the coefficient of determination (R^2) is 81.6% while the remaining 18.4% is influenced by other factors. Allegedly, the other factors in question are the entrance ticket price, location, facilities and others. For further researchers, it is expected to develop using different variables and with different data collection techniques, so that the data and research variants obtained are more diverse.

Keywords : Instagram Promotion, Followers Visitor Interest, Museum Sonobudoyo

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Museum merupakan salah satu tempat penting yang bertujuan untuk mengelola, mengumpulkan, dan menyimpan benda-benda yang berkaitan dengan sejarah ataupun seni. Menurut peraturan pemerintah Republik Indonesia No. 66 tahun 2015 tentang museum, menyatakan bahwa museum adalah lembaga yang berfungsi melindungi, mengembangkan, memanfaatkan koleksi, dan mengomunikasikannya kepada masyarakat.

Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) merupakan kota yang memiliki potensi yang besar dalam sektor pariwisata, mulai dari wisata alam, wisata buatan, wisata kuliner, wisata budaya hingga wisata sejarah. Salah satu kawasan destinasi wisata sejarah di DIY adalah Museum Sonobudoyo. Museum sonobudoyo merupakan museum pertama yang didirikan di Yogyakarta. Museum sonobudoyo adalah museum sejarah dan kebudayaan Jawa, termasuk bangunan arsitektur klasik Jawa. Museum ini menyimpan koleksi mengenai budaya dan sejarah Jawa yang dianggap paling lengkap setelah Museum Nasional Republik Indonesia di Jakarta. Seiring perkembangan zaman dan semakin banyak destinasi wisata lain yang lebih mengikuti tren, museum harus menghadapi tantangan untuk terus meningkatkan performa dan minat kunjung wisatawan. Beberapa cara dilakukan oleh Museum Sonobudoyo agar terus meningkatkan

minat kunjung wisatawan salah satunya yaitu dengan aktif membagikan informasi dan kegiatan yang diadakan di Museum Sonobudoyo melalui media sosial (Youtube, Instagram, Twitter dan Facebook).

Tabel 1.1
Data Kunjungan Museum Sonobudoyo

Oktober 2019 - Maret 2020	Jumlah Kunjungan
Oktober	6.048
November	4.966
Desember	4.334
Januari	9.918
Februari	13.330
Maret	2.750

(Sumber : Jurnal Kepariwisata Indonesia 14 (1) (2020)

Tabel 1.1 di atas menunjukkan bahwa kunjungan Museum Sonobudoyo mengalami peningkatan dan penurunan dalam beberapa bulan. Pada bulan Oktober 2019 sebanyak 6.048 orang, lalu mengalami penurunan pada bulan November dan Desember 2019. Kemudian diawal tahun 2020 pada bulan Januari hingga Februari 2020 jumlah kunjungan mengalami peningkatan cukup banyak. Namun pada bulan Maret menurun menjadi 2.750 orang karena sudah memasuki era pandemi covid-19. Jumlah kunjungan paling banyak terjadi pada bulan Februari 2020 karena program WKM (Wajib Kunjung Museum) yang diterapkan oleh Dinas Kebudayaan DIY. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah kunjungan sebagian besar masih didominasi rombongan/grup sementara kunjungan personia masih minim.

Perkembangan teknologi masa kini kian mempermudah kehidupan masyarakat dalam setiap lini dan bidang kehidupan. Pemanfaatan teknologi berbasis internet semakin mengalami kemajuan yang sangat pesat dan menjadi hal yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat sebagai

sarana informasi, komunikasi, dan kepentingan bisnis. Menurut Gunelius (2011:10) media sosial adalah penerbitan online dan alat-alat komunikasi, situs, dan tujuan dari 7 Web 2.0 yang berakar pada percakapan, keterlibatan, dan partisipasi.

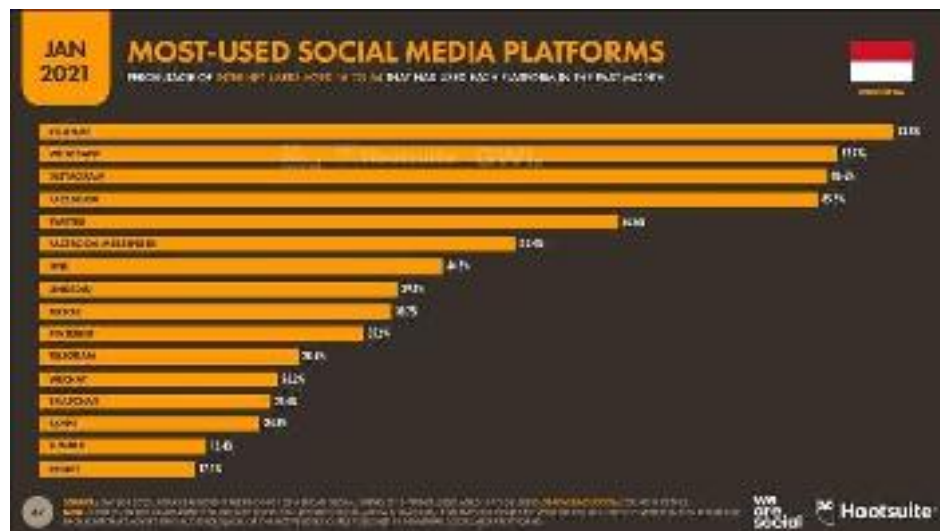
Seiring perkembangan zaman, penggunaan media sosial di Indonesia semakin berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir, dibawah ini adalah total jumlah pengguna media sosial di Indonesia pada bulan Januari 2021.



Gambar 1.1 Data Pengguna Media Sosial di Indonesia Januari 2021
(Sumber : *WeAreSocial.net* dan *Hootsuite*)

Pada gambar 1.1 di atas yaitu data dari *WeAreSocial.net* menunjukkan pengguna media sosial aktif di Indonesia data bulan Januari 2021 berjumlah 170 juta yang artinya naik 13-15% dari tahun 2019 yaitu 150 juta pengguna. Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa media sosial di Indonesia sangat aktif digunakan dalam kehidupan sehari-hari dan semakin berkembang pesat setiap tahun di Indonesia.

Salah satu media sosial yang banyak digunakan di Indonesia adalah instagram. Menurut Atmoko (2012:8) nama instagram merupakan kependekan dari kata “instan-telegram”. Jadi bila dilihat dari perpaduan dua kata “insta” dan “gram”, instagram dapat diartikan kemudahan dalam mengambil serta melihat foto yang kemudian dibagikan kepada orang lain. Instagram adalah bentuk dari salah satu media jejaring sosial yang dapat dimanfaatkan sebagai media promosi, melalui instagram maka produk atau jasa dapat ditawarkan dengan membagikan foto atau vidio singkat, sehingga para calon konsumen dapat melihat berbagai jenis barang atau jasa yang ditawarkan. Akses yang cepat dan mudah dilengkapi dengan fitur-fitur pendukung menjadikan Instagram sebagai aplikasi yang populer di Indonesia.



Gambar 1.2 Peringkat Pengguna Instagram di Indonesia Januari 2021
(Sumber : *WeAreSocial.net* dan *Hootsuite*)

Berdasarkan gambar 1.2 di atas menunjukkan persentase peringkat jumlah pengguna instagram di Indonesia pada bulan Januari 2021

menempati urutan ketiga di Indonesia dengan jumlah 86,6% pengguna. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa Instagram adalah aplikasi yang sangat banyak digunakan dan diminati di Indonesia.

Museum Sonobudoyo merupakan salah satu museum yang memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media informasi dan promosi. Akun Instagram bernama @sonobudoyo ini memiliki *followers* lebih dari 8.000 *followers* dengan jumlah *postingan* lebih dari 1.000 foto atau video.. Dengan adanya akun Instagram @sonobudoyo, wisatawan dapat menemukan berbagai informasi sebelum mengunjungi Museum Sonobudoyo. Walaupun akun Instagram @sonobudoyo tersebut sudah sangat pesat namun jumlah kunjungan kedua museum ini belum terlihat signifikan selama 6 bulan terakhir (Oktober 2019 hingga Maret 2020). Peneliti memilih akun Instagram @sonobudoyo untuk mengetahui adakah pengaruh promosi media sosial Instagram terhadap minat kunjung *followers* akun resmi Museum Sonobudoyo ke Museum Sonobudoyo Yogyakarta.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP MINAT KUNJUNG *FOLLOWERS* AKUN RESMI MUSEUM SONOBUDOYO KE MUSEUM SONOBUDOYO YOGYAKARTA”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka dirumuskan rumusan masalah yaitu adakah pengaruh promosi media sosial Instagram

terhadap minat kunjung *followers* akun resmi Museum Sonobudoyo ke Museum Sonobudoyo Yogyakarta.

C. Batasan Masalah

Penelitian ini membatasi tentang pengaruh promosi media sosial Instagram terhadap minat kunjung *followers* akun resmi Museum Sonobudoyo ke Museum Sonobudoyo Yogyakarta.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh promosi media sosial Instagram terhadap minat kunjung *followers* akun resmi Museum Sonobudoyo ke Museum Sonobudoyo Yogyakarta.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat bagi Pihak Pengelola Museum Sonobudoyo

Sebagai masukan dan meningkatkan promosi di media sosial Instagram terhadap minat kunjung *followers* akun resmi Museum Sonobudoyo ke Museum Sonobudoyo Yogyakarta.

2. Manfaat bagi STP AMPTA Yogyakarta

Sebagai acuan dan referensi untuk penelitian selanjutnya pada masa yang akan datang terutama yang berkaitan dengan promosi di Instagram.

3. Manfaat bagi Penulis

Menambah wawasan bagi penulis tentang bagaimana pengaruh promosi media sosial Instagram terhadap minat kunjung *followers* ke Museum Sonobudoyo Yogyakarta.