

SKRIPSI
PENGARUH *INSTAGRAM* TERHADAP MINAT KUNJUNGAN
WISATAWAN DI WISATA KEBUN BINATANG GEMBIRALOKA
YOGYAKARTA



OLEH :

Vincensius Kayenta Darmawan

NIM : 417100513

PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA

2022

HALAMAN PENGESAHAN
PENGARUH INSTAGRAM TERHADAP MINAT KUNJUNGAN
WISATAWAN DI WISATA KEBUN BINATANG GEMBIRALOKA
YOGYAKARTA



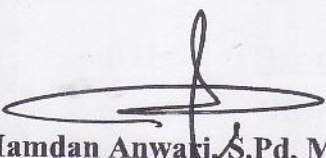
OLEH:

Vincensius Kayenta Darmawan

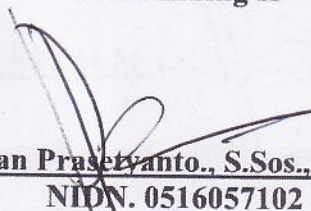
NIM : 417100513

Telah Disetujui Oleh :

Pembimbing I


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

Pembimbing II


Hermawan Prasetyanto., S.Sos., S.ST., M.M
NIDN. 0516057102

Mengetahui,
Ketua Program Studi Usaha Perjalanan Wisata


Yudi Setiaji, S.H., M.M
NIDN. 0508066401

**BERITA ACARA UJIAN
PENGARUH INSTAGRAM TERHADAP MINAT KUNJUNGAN
WISATAWAN DI WISATA KEBUN BINATANG GEMBIRALOKA
YOGYAKARTA**

**SKRIPSI
OLEH
VINCENSIUS KAYENTA DARMAWAN
417100513**

**Telah dipertahankan Di Depan Tim Penguji
Dan Dinyatakan Lulus
Pada Tanggal:
19 November 2022
TIM PENGUJI**

**Penguji Utama : Yudi Setiaji S.H,M.M
NIDN. 0508066401**

(.....)

**Penguji I : Hamdan Anwari, S.Pd, M.Pd.B.I
NIDN. 0509118801**

(.....)

**Penguji II : Hermawan Prasetyanto., S.Sos., S.ST., M.M (.....)
NIDN. 0516057102**

(.....)

**Mengetahui,
Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta**


**Drs. Prihatno, M.M
NIDN: 0526125901**

PERNYATAAN KEASLIAN DATA SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Vincensius Kayenta Darmawan
NIM : 417100513
Tempat, Tanggal Lahir : Tegal, 27 September 1999
Jurusan : Usaha Perjalanan Wisata
Judul : Pengaruh Instagram Terhadap Minat Kunjungan
Wisatawan Di Wisata Kebun Binatang
GembiraLoka Yogyakarta.

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya, tidak terdapat karya yang ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali pada bagian-bagian tertentu yang saya ambil sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim. Apabila pernyataan ini tidak benar, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Yogyakarta, 2022
Vincensius K
METERAI
TEMPEL
4BAKX165997355

HALAMAN MOTTO

“Kamu tidak harus menjadi hebat untuk memulai, tetapi kamu harus mulai menjadi hebat”

(Zig Ziglar)

“Sebab kepada-Mu ya Tuhan, aku berharap: engkaulah yang akan menjawab aku,
ya Tuhan, Allahku”

(Mazmur 38:16)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji syukur saya panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat penyertaan-Nya yang melimpah sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini saya akan mempersembahkan skripsi kepada:

1. Kepada kedua Orang Tua saya, yang selalu mendoakan dan selalu memberi saya dukungan sampai saat ini. Terimakasih atas didikan yang bisa membuat saya lebih kuat dan tegar dalam menjalani segala hal dalam hidup ini.
2. Kepada adik saya satu-satunya, terimakasih sudah memberikan waktunya untuk menghibur saya dan mengajak saya bermain game agar tidak jenuh dalam mengerjakan skripsi ini. Masa depanmu masih panjang, saya sebagai seorang kakak berharap bisa membantu untuk mewujudkan cita-citamu.
3. Kepada yang saya sayangi, Elsa Fatrisia, Vinsensius Winner, Daffa Felano, Jeremy Alvian, Mba Ivone, Mas Christ dan kepada saudara-saudara saya seklaian. Saya sangat berterima kasih karena selalu mendoakan dan memberi dukungan kepada saya hingga saya bisa menyelesaikan skripsi saya saat ini.
4. Kepada rekana magang dan kerja saya di Jogja Tourism Training Center (JTTC), terimakasih atas segala waktunya, canda tawa dan dukungan kalian berikan saya semasa magang dan bekerja bersama kalian.
5. Kepada teman-teman yang saya temui di masa perkuliahan saya, rasa terimakasih saya tidak akan cukup untuk membalas semua kebaikan kalian,

banyak hal yang saya pelajari dari kalian semua. Terimakasih banyak semoga segala doa dan harapan yang kalian ucapkan dapat terkabul.

6. Kepada kalian yang pernah bertemu dan berjumpa dengan saya, terimakasih kalian telah memberikan suatu cobaan yang membuat saya sadar dan saya dapat menemukan orang yang saya sayangi dan cintai sampai saat ini , semoga kalian selalu sehat dan sukses dan semoga kita tidak akan berjumpa lagi.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan ke hadirat Tuhan yang Maha Esa, atas berkat dan penyertaan_nya yang melimpah sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi saya dengan judul “**Pengaruh Instagram Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Di Wisata Kebun Binatang Gembiraloka Yogyakarta**”. Skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Terapan Pariwisata pada program studi Usaha Perjalanan Wisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang telah membantu dan mendukung kelancaran kegiatan mulai dari pembuatan proposal, pengumpulan data-data, hingga penyusunan laporan penelitian skripsi ini. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada :

1. Hamdan Anwari, S.Pd, M.Pd.B.I selaku pembimbing I yang telah memberikan bimbingan mengenai judul dan isi, pengarahan, pengetahuan dan motivasi pada penulisan skripsi ini.
2. Hermawan Prasetyanto., S.Sos., S.ST., M.M selaku Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, pengarahan serta petunjuk-petunjuk pada penulisan skripsi ini.
3. Yudi Setiaji S.H, M.M selaku Penguji Utama dan Ketua Jurusan Program Studi Usaha Perjalanan Wsisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan untuk menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi ini.
4. Pimpinan Kebun Binatang Gembiraloka yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.

Penulis sangat berharap semoga hasil penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak. Penulis menyadari bahwa di dalam skripsi ini terdapat kekurangan, untuk itu penulis mohon maaf apabila terjadi kesalahan dalam kata dan kalimat yang kurang berkenan. Penulis berharap adanya kritik dan saran yang membangun dari semua pembaca guna sebagai bahan cerminan diri dan penyempurnaan untuk karya skripsi selanjutnya.

Yogyakarta, November 2022

Penulis,

Vincensius Kayenta Darmawan
NIM: 417100513

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
BERITA ACARA UJIAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Batasan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Teorisasi	9
1. Digital Marketing	9
2. Kebun Binatang	10
3. Media Sosial	11
4. <i>Instagram</i>	16
5. Minat Kunjungan Wisatawan	19
B. Penelitian Terdahulu	22
C. Kerangka Pemikiran	25
D. Hipotesis Penelitian	25

BAB III METODE PENELITIAN

A. Subjek dan Objek Penelitian	27
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	27
C. Populasi dan Sampel	28
D. Variabel Penelitian	30
E Metode Pengumpula Data.	34
1. Jenis Instrumen	34
2. Uji Kelayakan	36
a. Uji Validitas	37
b. Uji Reabilitas	38
F. Metode Analisis Data	39
1. Uji Asumsi Klasik	39
a. Uji Normalisai	39
b. Uji Linieritas.....	39
2. Uji Hipotesis	40
a. Uji Linier Sederhana	40
b. Uji T	42
c. Uji R ²	43

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum	45
1. Sejarah GembiraLoka	46
2. Fasilitas GembiraLoka	47
3. Aktivitas Wisata	52
4. Struktur Organisasi	53
5. Visi dan Misi	54
B. Karakteristik Data Penelitian	55
C. Hasil Uji Kelayakan Instrument	60
1. Hasil Uji Validitas	60
2. Hasil Uji Reliabilitas	61
D. Hasil Analisis Deskriptif	62
E. Uji Kelayakan Variabel	76

1. Uji Normalitas	76
2. Uji Linieritas	77
F. Hasil Analisis Data	78
1. Uji Regresi Linier Sederhana	78
2. Uji T	79
3. Uji R^2	80
G. Pembahasan.....	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	83
B. Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Kunjungan Pengunjung Kebun Binatang GembiraLoka.....	5
Tabel 4.1 Pengujian Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Tabel 4.2 Pengujian Karakteristik Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 4.3 Pengujian Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	58
Tabel 4.4 Pengujian Karakteristik Berdasarkan Pendidikan.....	59
Tabel 4.5 Hasil Pengujian Validitas.....	60
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas.....	61
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas.....	76
Tabel 4.8 Hasil Uji Linieritas.....	77
Tabel 4.9 Hasil Uji Linier Sederhana.....	78
Tabel 4.10 Hasil Uji T.....	79
Tabel 4.11 Hasil Uji R ²	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Toilet Umum.....	48
Gambar 4.2 Food Court/Kantin.....	48
Gambar 4.3 Pintu Masuk.....	49
Gambar 4.4 Musholla.....	49
Gambar 4.5 Wahana/Fasilitas Outbound.....	50
Gambar 4.6 Pusat Informasi dan Pengeras Suara.....	50
Gambar 4.7 Papan Petunjuk Arah.....	51
Gambar 4.8 Kios Penjualan Souvenir.....	51
Gambar 4.9 Lahan Parkir.....	52
Gambar 4.10 Diagram Batang Presentase Variabel <i>Instagram</i> Indikator 1.....	62
Gambar 4.11 Diagram Batang Presentase Variabel <i>Instagram</i> Indikator 2.....	63
Gambar 4.12 Diagram Batang Presentase Variabel <i>Instagram</i> Indikator 3.....	64
Gambar 4.13 Diagram Batang Presentase Variabel <i>Instagram</i> Indikator 4.....	65
Gambar 4.14 Diagram Batang Presentase Variabel <i>Instagram</i> Indikator 5.....	66
Gambar 4.15 Diagram Batang Presentase Variabel Minat Kunjungan Indikator 1	67
Gambar 4.16 Diagram Batang Presentase Variabel Minat Kunjungan Indikator 2	68
Gambar 4.17 Diagram Batang Presentase Variabel Minat Kunjungan Indikator 3	69
Gambar 4.18 Diagram Batang Presentase Variabel Minat Kunjungan Indikator 4	70
Gambar 4.19 Diagram Batang Presentase Variabel Minat Kunjungan Indikator 5	71
Gambar 4.20 Diagram Batang Presentase Variabel Minat Kunjungan Indikator 6	72
Gambar 4.21 Diagram Batang Presentase Variabel Minat Kunjungan Indikator 7	73
Gambar 4.22 Diagram Batang Presentase Variabel Minat Kunjungan Indikator 8	74

Gambar 4.23 Diagram Batang Presentase Variabel Minat Kunjungan Indikator 9 75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Penelitian

Lampiran 2 Surat Balasan Penelitian

Lampiran 3 Kuesioner

Lampiran 4 Hasil Kuesioner Responden

Lampiran 5 T Tabel

Lampiran 6 Output Uji Validitas X

Lampiran 7 Output Uji Validitas Y

Lampiran 8 Output Uji Reliabilitas X dan Y

Lampiran 9 Output Uji Normalitas

Lampiran 10 Output Uji Liniertas

Lampiran 11 Output Uji Regresi Linier Sederhana

Lampiran 12 Output Uji T

Lampiran 13 Output Uji R^2

ABSTRAK

Kebun Binatang Gembiraloka sebagai sarana edukasi dan rekreasi bagi seluruh anggota keluarga dengan sarana dan prasarana yang dimilikinya, Kebun Binatang Yogyakarta menjadi sebuah laboratorium hidup sekaligus tempat untuk refreshing. Kebun Binatang Gembira Loka memiliki berbagai jenis binatang tropis. Dalam perkembangannya, Kebun Binatang Gembira Loka telah berubah fungsinya dari tahun ke tahun. Mengunjungi Kebun Binatang Gembira Loka merupakan bagian pendidikan yang secara tidak langsung berguna untuk mengenal berbagai macam satwa yang ada supaya tertanam sejak dini perasaan mencintai seluruh alam dan isinya. Metode dalam penelitian ini adalah kuantitatif menggunakan Teknik *Purposive Sampling* pengambilan 100 responden yang sedang atau telah berkunjung ke wisata Kebun Binatang Gembiraloka Yogyakarta. Pengumpulan data menggunakan kuesioner teknik skala likert. Analisis data menggunakan uji asumsi klasik, uji linieritas dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Regresi linier sederhana mendapatkan persamaan $Y=12,860+1,049 X$. Dengan nilai adjusted R square sebesar 37% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain tidak termasuk dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil uji t hitung *Instagram* (X) terhadap minat kunjung wisatawan (Y) ($T \text{ hitung} > T \text{ tabel}$) yaitu $7,680 > 1,664$. Maka kesimpulan H_a diterima yaitu terdapat komponen *Instagram* yang memiliki pengaruh terhadap minat kunjungan wisatawan di Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta.

Kata kunci :Media Sosial, Instagram, Minat kunjung

ABSTRACT

Gembiraloka Zoo as a means of education and recreation for all family members with the facilities and infrastructure it has, Yogyakarta Zoo is a living laboratory as well as a place for refreshing. Gembira Loka Zoo has various types of tropical animals. In its development, Gembira Loka Zoo has changed its function from year to year. Visiting the Gembira Loka Zoo is part of education that is indirectly useful for getting to know the various kinds of animals that exist so that a feeling of love for all nature and its contents is instilled from an early age. The method in this research is quantitative using purposive sampling technique taking 100 respondents who are or have visited Gembiraloka Zoo Yogyakarta tourism. Collecting data using a Likert scale technique questionnaire. Data analysis used classical assumption test, linearity test and hypothesis test. The results showed that simple linear regression obtained the equation $Y=12.860+1.049 X$. The adjusted R square value was 37% and the rest was influenced by other variables not included in this study. Based on the results of Instagram's t-test (X) on the interest of visiting tourists (Y) ($T \text{ count} > T \text{ table}$) that is $7.680 > 1.664$. So the conclusion H_a is accepted that there is an Instagram component that has an influence on the interest of tourist visits at the Gembira Loka Zoo Yogyakarta.

Keywords: *Social Media, Instagram, Interest in visiting*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan industri pariwisata di Indonesia dari tahun ke tahun cukup pesat, bahkan pemerintah ikut serta ambil bagian dalam melakukan promosi pariwisata di Indonesia baik ke dalam negeri maupun luar negeri. Hal ini dapat memberikan dampak positif yang cukup besar bagi aspek lainnya seperti perekonomian, sosial dan budaya. Dengan adanya perkembangan di industri pariwisata, tentu saja hal ini dapat menjadi peluang bagi semua orang untuk memiliki usaha dalam bisnis restaurant, akomodasi, perjalanan, daya tarik wisata dan lain sebagainya. Terlebih lagi sektor pariwisata dapat membangun kreativitas masyarakat untuk membentuk daerahnya menjadi daerah wisata yang berpotensi.

Media sosial adalah sebuah media *online*, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. *Blog*, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Dampak positif dari media sosial adalah memudahkan kita untuk berinteraksi dengan banyak orang, memperluas pergaulan, jarak dan waktu bukan lagi masalah, lebih mudah dalam mengekspresikan diri, penyebaran informasi dapat berlangsung secara cepat, biaya lebih murah. Sedangkan dampak negatif dari media sosial adalah menjauhkan orang-orang yang sudah dekat dan sebaliknya, interaksi

secara tatap muka cenderung menurun, membuat orang-orang menjadi kecanduan terhadap internet menimbulkan konflik, masalah privasi, rentan terhadap pengaruh buruk orang lain.

Media elektronik semakin banyak dipilih oleh para pebisnis maupun seorang yang berwirausaha karena dianggap lebih mudah untuk memasarkan produknya serta biaya yang dikeluarkan cukup terjangkau daripada memasarkan melalui media cetak. Selain itu sebagian masyarakat sudah banyak yang menggunakan media elektronik, sehingga mereka dapat menerima informasi apapun melalui media elektronik.

Salah satu sektor jasa pariwisata pemerintah yang ada di Yogyakarta adalah Kebun Binatang Gembiraloka. Kebun Binatang Gembiraloka berlokasi di jalan Kebun Raya No.2 Kota Gede. Daerah Istimewa Yogyakarta. Kebun Binatang Gembiraloka sebagai sarana Edukasi dan Rekreasi bagi seluruh anggota keluarga dengan sarana dan prasarana yang dimilikinya, Kebun Binatang Yogyakarta menjadi sebuah laboratorium hidup sekaligus tempat untuk refreshing. Kebun Binatang Gembira Loka memiliki berbagai jenis binatang tropis. Dalam perkembangannya, Kebun Binatang Gembira Loka telah berubah fungsinya dari tahun ke tahun. Mengunjungi Kebun Binatang Gembira Loka merupakan bagian pendidikan yang secara tidak langsung berguna untuk mengenal berbagai macam satwa yang ada supaya tertanam sejak dini perasaan mencintai seluruh alam dan isinya. Selain itu, Kebun Binatang Gembira Loka merupakan taman satwa yang artinya tempat atau wadah dengan fungsi

utama konservasi yang melakukan usaha perawatan dan penangkaran berbagai jenis satwa dalam rangka membentuk dan mengembangkan habitat baru sebagai sarana perlindungan dan pelestarian alam yang dimanfaatkan untuk pengembangan IPTEK serta untuk sarana rekreasi alam yang sehat.

Tempat wisata Gembira Loka Zoo juga menyediakan berbagai fasilitas yang sangat mencukupi, mulai dari kenyamanan pengunjung ataupun hanya sekedar dudukan di sekitar kawasan wisata ini. Adapun fasilitas wisata Gembira Loka Zoo diantaranya:

1. Terdapat sentral servis atau pusat pelayanan bagi para pengunjung. Seperti, ruang laktasi bagi ibu menyusui, toilet bagi penyandang disabilitas, toilet dan kamar mandi.
2. Menyediakan akses wifi internet.
3. Menyediakan area *food court* dengan berbagai sajian lezat khas Indonesia sebagai pelepas rasa lapar dan dahaga.
4. Memberikan fasilitas khusus bagi penyandang disabilitas berupa kursi roda.
5. Menerapkan pengamananan Gelang Anak secara gratis, khusus untuk anak-anak yang berusia 3-6 tahun. Di gelang anak ini dicantumkan nama anak dan nomor handphone orangtuanya yang bisa dihubungi. Dengan begitu, apabila anak terpisah dari ortunya bisa langsung dihubungi oleh petugas langsung.
6. Terdapat mushola dan masjid dengan konsep menyatu dengan alam.

7. Terdapat Mayang Tirta yang berarti sebuah perahu yang berada di atas air. Biasanya terdapat penampilan – penampilan dan hiburan menarik dikawasan ini.

Tingkat kunjungan Kebun Binatang Gembira Loka yang meningkat merupakan hasil dari upaya manajemen Kebun Binatang Gembira Loka dalam mempromosikan destinasi wisatanya. Kebun Binatang Gembira Loka sempat mengalami krisis dan kunjungan wisatawan menurun di tahun 2008. Namun manajemen Kebun Binatang Gembira Loka kini telah memiliki strategi promosi untuk mendatangkan wisatawan, berbagai promosi pun telah dilakukan oleh pihak manajemen. Salah satu bentuk promosi yang dilakukan Kebun Binatang Gembira Loka adalah melalui media iklan.

Berikut adalah daftar jumlah pengunjung di Kebun Binatang Gembira Loka dalam tahun 2014 - 2018 adalah sebagai berikut.

Tabel Jumlah Pengunjung di Kebun Binatang Gembira Loka
Yogyakarta

Tabel 1.1

Tahun	Jumlah Pengunjung
2014	1.440.816
2015	1.537.496
2016	1796.865
2017	1.862.312
2018	1.658.43
Rata-rata	1.659.196

Sumber: Kebun Binatang Gembira Loka, November 2019

Minat Kunjungan kembali timbul karena adanya kepuasan konsumen yang tinggi ketika memutuskan untuk mengonsumsi suatu produk atau jasa tertentu, sehingga konsumen mempunyai keinginan untuk datang atau berkunjung kembali, dengan adanya perilaku konsumen yang melakukan kunjungan ulang maka dapat diartikan bahwa konsumen tersebut sudah menjadi pelanggan yang loyal terhadap produk atau jasa tertentu. Menurut Kotler dan Keller (2014), menambahkan bahwa minat berkunjung merupakan tindakan konsumen dalam memilih atau memutuskan berkunjung pada suatu obyek wisata berdasarkan pada pengalaman dalam berwisata.

Ada faktor yang dapat dijadikan alat untuk mengukur minat kunjungan ulang wisatawan (S.J.Luo dan L.Y.Hsieh, 2013), yaitu fasilitas yang terdapat pada tempat tujuan wisata, pencitraan mengenai tempat tujuan wisata, sedikitnya waktu yang dibutuhkan untuk melakukan kunjungan atau dalam berpartisipasi, tersedianya tempat penginapan atau asrama yang nyaman untuk dihuni, berkesan, dapat menciptakan rasa senang, layanan yang diberikan oleh tempat tujuan wisata, serta pemandangan dan budaya dalam tempat tujuan wisata.

Karena kebutuhan setiap manusia berbeda-beda dan selalu mengalami perubahan secara terus menerus, maka pemilik maupun pengelola pariwisata harus memahami perilaku pembelian wisatawan dan mampu memprediksi niat pembelian adalah salah satu tugas yang paling utama. Minat kunjung merupakan keinginan dalam benak konsumen untuk melakukan kunjungan ke suatu tempat.

Minat kunjung dapat timbul apabila konsumen telah mencapai titik puas atas kunjungan awal yang telah mereka lakukan. Apabila yang diperoleh oleh konsumen jauh dari yang diharapkan, maka mereka akan kehilangan minat untuk menggunakan jasa yang diberikan oleh sebuah perusahaan. Namun, apabila jasa yang dinikmati oleh konsumen dapat memenuhi atau bahkan melebihi tingkat kepentingan mereka, maka mereka akan cenderung memakai kembali produk jasa tersebut (Freddy Rangkuti, 2002).

Apabila seseorang telah memiliki minat untuk berkunjung, maka ia akan berkunjung dan tidak menutup kemungkinan apabila dikemudian hari akan melakukan kunjungan kembali. Sehingga minat kunjung ulang dapat dilihat sebagai antisipasi perilaku perjalanan seseorang dimasa yang akan datang. Pentingnya minat kunjung ulang adalah sebagai behavioral reaction dan mengungkapkan faktor- faktor pendukungnya.

Dengan minat kunjungan yang ada di Kebun Binatang Gembira Loka maka peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Minat Kunjungan Di Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta.”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka dapat di rumuskan yaitu apakah *Instagram* memiliki pengaruh terhadap minat kunjung wisatawan di Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta.

C. Batasan Masalah

Peneliti membatasi ruang lingkup penelitian ini tentang pengaruh *Instgaram* terhadap minat kunjungan wisatawan di Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat diketahui tujuan penelitian yang akan dicapai yaitu untuk mengetahui apakah *Instagram* memiliki pengaruh terhadap minat kunjungan wisatawan di Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan menghasilkan suatu kontribusi bagi Ilmu Kepariwisata, khususnya dalam bidang kemajuan wisata di Kebun Binatang Gembira Loka.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan menambah wawasan dan pengetahuan dalam menggunakan media sosial khususnya *Instagram*.

2. Manfaat Praktis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi saran dalam pengembangan pola pikir, serta dapat menambah pengetahuan saat menggunakan media sosial.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi arahan bagi pengelola untuk secara optimal dapat mengembangkan objek wisata ini.