

**SKRIPSI**  
**EFEKTIVITAS KONTEN PADA APLIKASI INSTAGRAM DALAM**  
**MEMPENGARUHI MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN**  
**KE GUNUNGKIDUL**



**OLEH**  
**ANGGI PUSPA BAHAREZKY**  
**NIM 519101222**

**PROGRAM STUDI PARIWISATA**  
**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA**  
**YOGYAKARTA**

**2023**

**SKRIPSI**  
**EFEKTIVITAS KONTEN PADA APLIKASI INSTAGRAM DALAM**  
**MEMPENGARUHI MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN**  
**KE GUNUNGGKIDUL**



**Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh Gelar Derajat Sarjana Terapan**  
**Pariwisata Di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta**

**OLEH**  
**ANGGI PUSPA BAHAREZKY**  
**NIM 51910222**

**PROGRAM STUDI PARIWISATA**  
**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA**  
**YOGYAKARTA**

**2023**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**EFEKTIVITAS KONTEN PADA APLIKASI INSTAGRAM DALAM  
MEMPENGARUHI MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN**

**KE GUNUNGGKIDUL**



**OLEH**

**ANGGI PUSPA BAHAREZKY**

**NIM : 519101222**

**Telah disetujui oleh :**

**Pembimbing I**

**Drs. Budi Hermawan, M.M  
NIDN : 0523026601**

**Pembimbing II**

**Fuadi Afif, SIP, M.Sc  
NIDN : 0515088702**

**Mengetahui  
Ketua Program Studi**

**Arif Dwi Saputra, S.S., M.M  
NIDN. 0525047001**

**BERITA ACARA UJIAN  
SKRIPSI**

**EFEKTIVITAS KONTEN PADA APLIKASI INSTAGRAM DALAM  
MEMPENGARUHI MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN**

**KE GUNUNGGKIDUL**

**OLEH:**

**ANGGI PUSPA BAHAREZKY**

**NIM 519101222**

**Telah di pertahankan di depan tim penguji**

**Dan dinyatakan.....**

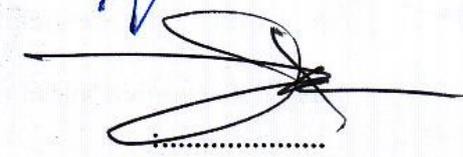
**Pada tanggal: 6 Juli 2023**

**TIM PENGUJI**

**Penguji Utama : Fian Damasdino, SIP, M.Sc  
NIDN. 0525098901**

**Penguji I : Drs. Budi.Hermawan, MM  
: NIDN. 0523026601**

**Penguji II : Fuadi Afif, SIP, M.Sc  
: NIDN. 0515088702**



**Mengetahui  
Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta**



**Drs. Prihatno, M.M**

**NIDN. 0526125901**

## SURAT PERNYATAAN

Nama : Anggi Puspa Baharezky

NIM : 519101222

Jurusan : S1 Pariwisata

Judul Skripsi : Efektivitas Konten Pada Aplikasi Instagram Dalam Mempengaruhi Minat Berkunjung Wisatawan Di Gunungkidul

Dengan ini saya mengatakan yang sebenar-benarnya bahwa skripsi saya yang berjudul “Efektivitas Konten Pada Aplikasi Instagram Dalam Mempengaruhi Minat Berkunjung Wisatawan Di Gunungkidul” yang disusun berdasarkan hasil penelitian saya sesuai dengan arahan dosen pembimbing. Segala sumber informasi maupun kutipan ataupun yang di kutip dari karya yang di terbitkan telah di sebutkan dalam teks dan di cantumkan dalam daftar pustaka dibagian akhir skripsi ini. Skripsi ini benar belum pernah di gunakan dan di ajukan untuk memperoleh gelar sarjana di program sejenis.



## **HALAMAN MOTTO**

“Orang pesimis melihat kesulitan dalam setiap kesempatan, namun orang optimis melihat kesempatan dalam setiap kesulitan”

Ali bin Abi Thalib

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Dengan segala puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya serta memberikan jalan dan kemudahan sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan baik. Dengan rasa bangga dan bahagia skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Allah SWT yang telah memberikan kesempatan dan kekuatan hingga saat ini, sehingga saya bisa menikmati berkat yang Allah berikan dan dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Ibu kedua orang tua saya, adik saya dan nenek saya telah memberikan kasih sayang, dukungan dan memberikan semangat agar penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan lancar, yang senantiasa mendoakan penulis, tidak ada hal yang dapat mewakili rasa terimakasih penulis.
3. Seluruh Dosen Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta, Pembimbing, Penguji, dan Pengajar yang telah memberikan bimbingan, arahan dan banyak ilmu kepada penulis dengan ikhlas dan sabar dari masa perkuliahan hingga penulis hingga penulis penyelesaian penulisan tugas akhir skripsi ini dengan lancar.
4. Sahabatku Jooneva, Dina, Salsa, Viyo, Khansa, Febrian yang selalu memberikan dukungan dan semangat, serta senantiasa membantu dalam kelancaran penulis dalam menyusun tugas akhir hingga selesai.
5. Salah satu orang yang tidak dapat saya sebutkan namanya, yang menjadi salah satu alasan dan motivasi saya untuk menyelesaikan skripsi ini tepat waktu serta memberikan motivasi untuk lebih berkembang, terima kasih dan sampai jumpa.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar. Penulisan tugas akhir skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata-1 pada Program Studi Pariwisata di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta

Fokus kajian skripsi ini adalah seberapa efektif konten *reels, stories, post feed, caption, like, comment, share and mention* Instagram pada akun Instagram @exploregunungkidul dalam menginformasikan pariwisata Gunungkidul dan mempengaruhi minat berkunjung wisatawan ke Gunungkidul.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang turut berperan atas kelancaran skripsi ini.

Ucapan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Drs. Budi Hermawan, M.M., selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktunya dalam memberikan bimbingan dan arahan dalam proses penulisan skripsi ini.
2. Bapak Fuadi Afif, SIP, M.Sc., selaku pembimbing II telah meluangkan waktunya dengan sabar dan bijaksana dalam memberikan bimbingan dan arahan dalam proses penulisan skripsi ini.

3. Bapak Fian Damasdino, S.IP.,M.M selaku dosen penguji yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menjelaskan isi skripsi secara keseluruhan.
4. Bapak Arif Dwi Saputra, S.S.,M.M selaku Ketua Jurusan Program Studi Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan, arahan dan banyak ilmu yang di dapatkan dalam menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
5. Bapak Drs. Prihatno, M.M selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan dan arahan sehingga skripsi ini dapat selesai dengan lancar.
6. Pemilik akun Instagram @exploregunungkidul telah menyambut baik peneliti dan memberikan bantuan dalam mendapatkan data-data yang dibutuhkan, serta seluruh responden yang telah meluangkan waktunya untuk berpartisipasi dalam pengisian kuesioner penelitian ini.

Semoga bantuan dari Bapak dan Ibu dicatat sebagai amal ibadah oleh Tuhan Yang Maha Kuasa. Penulis berharap semoga hasil penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak.

Penulis menyadari penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan, untuk itu penulis berharap adanya kritik dan saran yang membangun guna penyempurnaan penelitian berikutnya.

Yogyakarta, Juni 2023

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>BERITA ACARA UJIAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xiv</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang.....	1
B. Fokus Masalah .....	6
C. Batasan Masalah .....	6
D. Tujuan Penelitian .....	6
E. Manfaat Penelitian.....	7

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

A. Tinjauan Pustaka.....	8
1. Efektivitas .....	8
2. Instagram.....	9
3. Minat Berkunjung .....	13
B. Penelitian Terdahulu .....	15
C. Kerangka Pemikiran.....	17
D. Hipotesis Penelitian .....	18

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Jenis Penelitian .....	19
B. Subjek dan Objek Penelitian .....	19
C. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	20
D. Populasi dan Sampel.....	20
E. Variabel Penelitian .....	22
F. Metode Pengumpulan Data .....	26
G. Metode Analisis Data .....	29

### **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum.....	33
1. Profil Instagram @exploregunungkidul.....	33
B. Karakteristik Data Penelitian .....	35
C. Hasil Uji Instrumen.....	38
D. Hasil Penelitian .....	42
E. Pembahasan.....	47

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan .....	54
B. Saran .....	55

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Defenisi Operasional Penelitian.....	24
Tabel 3. 2 Penilaian Skala Likert .....	27
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Daerah Asal .....	36
Tabel 4.2: Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	37
Tabel 4 .3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	38
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Konten Media Sosial .....	39
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Berkunjung .....	40
Tabel 4.6 Hasil Uji Reabilitas .....	41
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov- Smirnov Test.....	42
Tabel 4.8 Hasil Uji t Parsial .....	43
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	44
Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana .....	44
Tabel 4.11 Hasil Uji Deskriptive Variabel.....	46

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Diagram <i>Insight</i> interaksi <i>Instagram</i> @exploregunungkidu.....	5
Gambar 4.1 Halaman Profile <i>Instagram</i> @exploregunungkidul.....	34
Gambar 4.2 Highlight Konten <i>Stories</i> Kuliner Khas Gunungkidul .....	34
Gambar 4.3 Unggahan <i>Reels</i> Meliputi Kuliner, Destinasi Wisata.....	49
Gambar 4.4 Unggahan Foto Destinasi Wisata dan Penginapan.....	49
Gambar 4.5 Unggahan <i>Reels</i> Destinasi Wisata Pantai.....	51

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Kuesioner/Angket Penelitian**
- Lampiran 2 : Tabulasi Data**
- Lampiran 3 : Hasil Uji SPSS Ver 25**
- Lampiran 4 : Hasil Uji Validitas SPSS Ver 25**
- Lampiran 5 : Hasil Uji Regresi Linear Berganda SPSS Ver 25**
- Lampiran 6 : Dokumentasi Penelitian**

## ABSTRAK

Instagram merupakan salah satu media social yang tidak hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai media promosi pariwisata secara online. Contoh akun Instagram yang menyediakan banyak informasi secara online mengenai pariwisata yaitu @exploregunungkidul. Akun ini menyediakan informasi seputar pariwisata gunungkidul. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat efektivitas konten media social Instagram @exploregunungkidul berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan ke Gunungkidul. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data dengan kuisioner secara online kepada wisatawan yang mengetahui akun Instagram @exploregunugkidul. Peneliti menentukan jumlah sample dengan menggunakan rumus moe dengan hasil perhitungan 96,04 yang dibulatkan menjadi 100 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel konten media sosial Instagram (X) terhadap variabel minat berkunjung (Y), dimana berdasarkan hasil perhitungan hipotesis diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  diperoleh  $11,930 > 1,661$  dan tingkat signifikan  $0.000 < 0.05$ . Dengan demikian  $H_0$  di tolak dan  $H_a$  diterima. Besarnya pengaruh variabel konten media sosial Instagram (X) terhadap variabel minat berkunjung (Y) sedang, berdasarkan hasil perhitungan uji deteminasi diperoleh nilai  $R^2$  sebesar 59,2%. Koefisien bersifat positif antara variabel konten media social Instagram (X) dan variabel minat berkunjung (Y), berasarkan nilai konstanta sebesar 1,638 dan nilai koefisien regresi 0,866.

**Kata Kunci : Media Sosial, Konten, Instagram, Minat Berkunjung**

## **ABSTRACT**

*Instagram is a social media that is not only a communication tool, but also an online tourism promotion media. An example of an Instagram account that provides a lot of online information about tourism is @exploregunungkidul. This account provides information about Gunungkidul tourism. This study aims to determine the level of effectiveness of social media content Instagram @exploregunungkidul influencing tourists' interest in visiting Gunungkidul. This study uses a quantitative method with data collection techniques using online questionnaires for tourists who know the Instagram account @exploregunugkidul. Researchers determined the number of samples using the moe formula with a calculation result of 96.04 which was rounded up to 100 respondents. The results of this study indicate that there is a positive and significant influence between the Instagram social media content variable (X) on the interest in visiting variable (Y), where based on the results of the hypothesis calculation, the  $t_{count} > t_{table}$  value is obtained  $11.930 > 1.661$  and a significant level of  $0.000 < 0.05$ . Thus  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted. The magnitude of the influence of the Instagram social media content variable (X) on the variable interest in visiting (Y) is moderate, based on the calculation results of the determination test, the R square value is 59.2%. The coefficient is positive between the Instagram social media content variable (X) and the variable interest in visiting (Y), based on a constant value of 1.638 and a regression coefficient value of 0.866.*

**Keywords** : *Social Media, Content, Instagram, Interest Visiting*

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Banyak cara dilakukan oleh pengelola pariwisata dalam menginformasikan destinasi wisata ke khalayak umum. Beberapa cara dilakukan sebelumnya dalam memajukan pariwisata, misalnya menggunakan promosi di televisi, iklan, brosur, dan pameran. Promosi pariwisata melalui sosial media bisa dikatakan sebagai cara yang tergolong baru dan berdampak besar juga dalam mendorong mobilitas wisatawan (Fatanti & Suyadnya, 2015:2). Pemanfaatan media sosial sebagai media informasi pariwisata dan sebagai media promosi menjadi solusi yang sangat efektif dilakukan dalam mempengaruhi mobilitas wisatawan di suatu destinasi wisata atau daerah tujuan wisata. Dengan menggunakan sosial media wisatawan yang berkunjung dapat membagikan pengalaman mereka serta bisa juga digunakan sebagai sumber dalam pencarian informasi mengenai destinasi wisata (Gohil, 2015:8).

*Youtube, Instagram, Facebook, TikTok, Line* merupakan beberapa media social yang saat ini berkembang di masyarakat dan banyak digunakan sebagai media promosi yang di anggap memiliki keefektivan dalam menginformasikan destinasi wisata. Instagram merupakan salah satu sosial media yang banyak digunakan oleh pengguna karena fiturnya yang cukup banyak, inovatif dan kreatif. Dalam *Social Trend Report 2022* tercatat Instagram menduduki peringkat kedua setelah Whatsapp, yakni 84,8% dengan jumlah pengguna sebanyak 9,15 juta jiwa. Banyaknya masyarakat

menggunakan Instagram di pengaruhi oleh fitur-fitur yang ditawarkan *Instagram* yang lebih unggul dibandingkan dengan media sosial lainnya.

Peningkatan jumlah pengguna *Instagram* dapat di pengaruhi oleh kemudahan akses dan di dukung dengan fitur-fitur di dalamnya yang dapat membantu dalam pemasaran destinasi wisata . Dalam menggunakan *Instagram* sebagai media promosi dengan menggunakan fitur *stories*, *reels*, *post* foto video dan *live*, serta insight untuk melihat aktifitas yang dilakukan dalam postingan yang di unggah. Perbedaan *Instagram* dengan media social lainnya dapat dilihat dari aktivitas yang dapat dilakukan di dalamnya. *Instagram* juga mendukung siaran video langsung atau *live Instagram*, fitur ini dapat di manfaatkan untuk menginformasikan pergerakan wisatawan secara real time ke masyarakat luas.

Kesadaran wisatawan sebagai target market akan keragaman budaya dan keindahan alam yang di tawarkan dapat di capai dengan memanfaatkan sosial media *Instagram* (Atiko, Hasanah Sudrajat, & Nasionalita, 2016:15). Dengan fitur unggahan *post feed* foto atau video, *stories*, serta *reels* yang dapat membantu pengelola destinasi dalam menginformasikan kepada masyarakat luas mengenai suatu destinasi wisata yang di lengkapi dengan konten berupa caption yang di dalamnya memuat informasi tambahan untuk memperluas dan melengkapi informasi pada unggahan. Fitur *like and comment* pada setiap unggahan pada *Instagram* dapat menjadi sebuah media yang dapat mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi dengan mempertimbangkan pengalaman dari wisatawan yang sudah pernah

berkunjung. *Instagram* juga memberikan fitur *share* dan *mention*, fitur tersebut memberikan kemudahan pengguna untuk memperluas unggahan kepada pengguna lain, fitur ini mendukung sesama pengguna saling berinteraksi langsung dengan pengguna lain maupun dengan kreator.

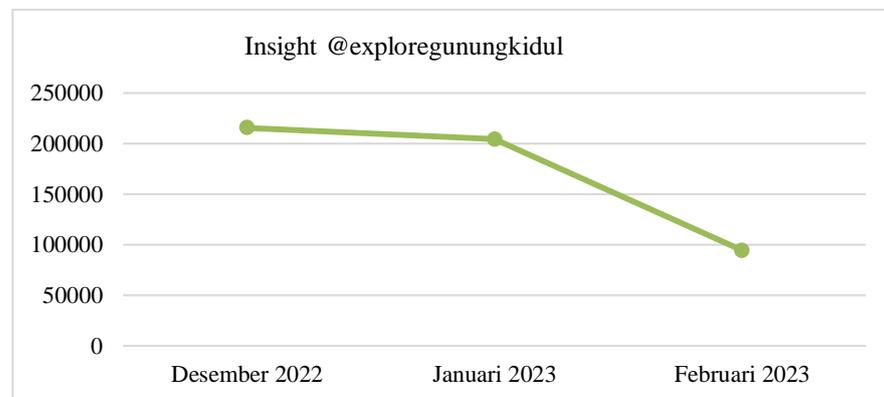
Penggunaan *Instagram* yang tergolong mudah dengan fitur yang lengkap memberikan kemudahan bagi pengelola destinasi dalam promosi destinasi wisata melalui *Instagram* kepada masyarakat luas. *Instagram* saat ini banyak digunakan oleh pengelola destinasi karena dianggap memiliki efektivitas yang tinggi sebagai media promosi pariwisata di media sosial yang dapat mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi wisata. Efektivitas dapat diartikan sebagai tolak ukur yang memberikan pernyataan seberapa jauh target yang dicapai oleh sebuah manajemen yang menggunakan sarana dan prasarana agar tercapai tujuan yang diinginkan tepat pada waktunya. Terdapat anggapan penggunaan *Instagram* dikatakan efektif sebagai media promosi destinasi dilihat dari banyaknya jumlah tanggapan pengguna dan seberapa banyak pengguna *Instagram* yang melihat konten tersebut sehingga menimbulkan ketertarikan untuk berkunjung ke suatu destinasi wisata.

Gunungkidul menjadi salah satu daerah tujuan wisata yang banyak diminati oleh wisatawan. Berbagai macam destinasi mulai dari pantai, goa dan ekowisata menjadikan Gunungkidul banyak dilirik wisatawan sebagai tempat berlibur. Banyaknya destinasi wisata yang berada di Gunungkidul perlu dilakukan pemasaran dengan jangkauan yang lebih luas, agar destinasi wisata

yang berada di Gunungkidul dapat dikenal oleh masyarakat global. Sadar akan perkembangan internet yang pesat dan kuatnya media social pengelola wisata dan pemerintah dalam hal Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul menggunakan media sosial sebagai wadah promosi dan penyebaran informasi pariwisata di Gunungkidul. Promosi pariwisata dilakukan untuk menginformasikan pariwisata di Gunungkidul ke khalayak umum yang lebih luas, hal ini dikarenakan tidak semua destinasi wisata yang berada di Kabupaten Gunungkidul sudah di kenal wisatawan. Adapun media promosi destinasi wisata yang digunakan yaitu Instagram yang memiliki kemampuan menyebarkan informasi ke masyarakat yang lebih luas.

Salah satu akun Instagram yang memberikan informasi pariwisata di Gunungkidul yaitu @exploregunungkidul menjadi akun Instagram yang memberikan informasi seluruh destinasi yang terdapat di gunungkidul meliputi destinasi wisata alam, buatan maupun kuliner yang telah bergabung dengan Instagram sejak 2014 dengan jumlah pengikut 108 ribu per juli 2023 (diakses pada 15 Juni 2023. 19:40 WIB) dan telah membagikan postingan sebanyak 1830 *post*. Dengan banyaknya jumlah pengikut dan unggahan yang dimiliki akun @exploregunungkidul dapat menjadi perhatian masyarakat global untuk berkunjung di Gunungkidul dengan fakta banyaknya *audience* yang melihat dan memberikan tanggapan pada konten-konten yang di unggah. Unggahan foto, cerita (*stories*) maupun video pendek (*reels*) yang di posting di akun Instagram @exploregunungkidul mendapatkan banyak tanggapan dari *audience* serta adanya tindakan *share* dan *mention* konten yang di teruskan ke

pengguna Instagram lainnya. Namun dalam perkembangannya di awal tahun 2023 dari data yang di dapatkan terjadi jumlah interaksi dan *audience* yang melihat unggahan akun *Instagram* @exploregunungkidul tidak stabil, pada periode bulan desember 2022 hingga bulan februari 2023.



Gambar 1.1. Diagram *insight* interaksi pada unggahan @exploregunungkidul  
Sumber : *Instagram* @exploregunungkidul

Dari latar belakang diatas peneliti tertarik untuk melihat bagaimana sebuah akun media sosial @exploregunungkidul bisa menjadi sebuah akun yang efektif sebagai media promosi pariwisata Gunungkidul secara online sehingga dapat menarik perhatian masyarakat global mengenai pariwisata di Gunungkidul yang nanti diharapkan timbul rasa ketertarikan wisatawan untuk berkunjung ke Gunungkidul. Oleh sebab itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul, “Efektivitas Konten Pada Aplikasi Instagram Dalam Mempengaruhi Minat Berkunjung Wisatawan ke Gunungkidul”.

## **B. Fokus Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang sudah di uraikan, adapun fokus masalah yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah Seberapa keefektifan konten *reels, stories, post feed, caption, like, comment, share, mention* Instagram pada akun @exploregunungkidul dalam menginformasikan pariwisata Gunungkidul dan mempengaruhi minat berkunjung wisatawan ke Gunungkidul.

## **C. Batasan Masalah**

Batasan masalah berdasarkan dengan fokus masalah yang telah di jelaskan diatas penelitian ini peneliti berfokus pada analisis keefektifan konten *reels, stories, post feed, caption, like, comment, share, mention* Instagram pada akun @exploregunungkidul terhadap minat berkunjung wisatawan ke Gunungkidul.

## **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan fokus masalah yang telah di sebutkan, terdapat tujuan dilakukan sebuah penelitian untuk mengetahui keefektifan *reels, stories, post feed, caption, like, comment, share, mention* pada akun Intagram @exploregunungkidul dalam menginfromasikan pariwisata Gunungkidul dan mempengaruhi minat berkunjung ke Gunungkidul.

## **E. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Secara teoritis, penelitian yang akan dilakukan dapat bermanfaat sebagai :

- a. Landasan bagi para peneliti lain dalam melakukan penelitian lain yang sejenis dalam ilmu pariwisata khususnya mengenai efektivitas *content reels, stories, post feed, caption, like, comment, share, mention* Instagram dalam mempengaruhi minat dan motivasi wisatawan untuk berkunjung ke suatu daerah tujuan wisata.
- b. Penambahan wawasan bagi penelitian berikutnya dengan tema yang sama maupun mengembangkan penelitian sebelumnya.

### **2. Manfaat Praktis**

Secara praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan dijadikan oleh pemilik akun @exploregunungkidul sebagai :

- a. Acuan bagi pemilik akun @exploregunukidul dalam mengembangkan konten berikutnya sebagai media informasi pariwisata Gunungkidul.
- b. Masukan dan referensi bagi pemilik akun Instagram @exploregunungkidul memilah informasi pariwisata yang akan di bagikan ke media sosial dengan menginformasikan sebaik mungkin dan sesuai dengan fakta.