

PENGARUH INSTAGRAM DINAS PARIWISATA TERHADAP MINAT WISATAWAN KOTA SURAKARTA

Rashda Bintang Muhammad^{1*}, Zarra Audina Vika Melatie²⁾

^{*1}Pascasarjana Universitas Sebelas Maret Surakarta, Jalan Sri Utami Surakarta, 57121

²Manajemen, Universitas Siber Muhammadiyah, Pakuncen, Wirobrajan, Kota Yogyakarta,
Daerah Istimewa Yogyakarta 55253

*Corresponding author: bintangmuhammed@gmail.com

ABSTRAK

Unggahan instagram yaitu dapat diartikan suatu file yang bisa berupa foto dan video yang dipublikasikan oleh pemilik akun secara sengaja, yang lalu dapat dinikmati oleh pengikut (*followers*) akun tersebut atau pun seluruh pengguna internet terkhusus bagi yang mengakses instagram, tak terkecuali instagram Dinas Pariwisata Kota Surakarta yang mengunggah semua hal tentang Kota Surakarta untuk upaya wisatawan agar tertarik ke Surakarta dan menjadikan Surakarta sebagai tujuan wisata. Pada penelitian ini penulis menggunakan sebuah metode kuantitatif dengan menggunakan survei, dalam pengumpulan data membutuhkan bantuan responden yaitu pengikut instagram Dinas Pariwisata Kota Surakarta, responden pada penelitian ini yaitu sebanyak 150 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh Unggahan Instagram Dinas Pariwisata terhadap Minat Wisatawan Berkunjung ke Surakarta. Hasil penelitian ini dilihat dari sebuah Uji Hipotesis yang menunjukkan bahwasanya nilai signifikansi Unggahan Instagram pada tabel *correlations* dengan besaran 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05, yang berarti terdapat hubungan antaraUnggahan Instagram terhadap Minat Wisatawan. Hasil uji koefisien detereminasi dengan adjusted R Square sebesar 0,099, hal ini berarti Unggahan Instagram memiliki pengaruh terhadap Minat Wisatawan sebesar 09,9%, dan 90,1% minat wisatawan diafeksikan oleh sebuah variabel lain yang tidak termasuk didalam penelitian ini.

Kata Kunci : *Unggahan Instagram, Minat Wisatawan, Surakarta*

ABSTRACT

Instagram uploads can be interpreted as a file that can be in the form of photos and videos that are seen by the account owner intentionally, can be enjoyed by followers (*followers*) of the account or internet users, especially for those who access Instagram, not the Instagram of the Surakarta City Tourism Office which uploads all things about the city. Surakarta as an effort to attract tourists to visit Surakarta and make Surakarta a destination. This study uses quantitative methods using surveys, in collecting data that requires assistance, namely as many as Instagram followers of the Surakarta City Tourism Office, in this study 150 people. The results of the study show that there is an influence of the Tourism Office's Instagram Upload on Tourist Interests from Surakarta. The results of the study are seen from the Hypothesis Test which shows that the Instagram significance value in the correlation table is 0.000 which means it is smaller than 0.05, which means that there is a relationship between Instagram uploads and tourist interest. The results of the coefficient of determination test with an adjusted R Square of 0.099, this means that Instagram uploads have an

influence on tourist interest of 09.9%, and 90.1% of tourist interest is influenced by other variables not included in this study.

Keywords: *Instagram Upload, Tourist Interest, Surakarta*

PENDAHULUAN

Instagram adalah bentuk media komunikasi yang relatif baru di mana pengguna dapat dengan mudah membagikan dokumentasi dengan mengambil foto dan menyesuaikannya menggunakan *filter*. Hal ini telah melihat pertumbuhan pesat dalam jumlah pengguna serta unggahan sejak diluncurkan pada Oktober 2010. (Hu et al., 2014) Menurut fakta ini, Instagram digunakan lebih dari sekadar mengkomunikasikan kebutuhan dasar manusia; yang merupakan *platform* media sosial dengan kapasitas signifikan untuk menjalankan bisnis, yang berkontribusi pada popularitasnya di kalangan pengguna. (Puspitarini & Nuraeni, 2019)

Pada penelitian (Pradiatiningtyas, 2016) mengatakan bahwa sebagian besar peran instagram yang dirasakan adalah referensi dan informasi, respon yang dirasakan adalah kognitif dan harapan responden terhadap obyek wisata yang diunggah fotonya dalam instagram adalah *something to see*. Peneliti (Munawwaroh & Lubis, 2017) juga menemukan hasil penelitian yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh terpaan media pada akun Instagram terhadap minat kunjungan wisatawan @Exploresiak Ke Siak Sri Indrapura sebesar 50,8% dan dikategorikan sedang, sedangkan 49,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak disebutkan dalam penelitian.

Terdapat pengaruh positif signifikan antara kemampuan wisatawan mengakses Instagram dan kualitas Instagram terhadap minat kunjungan wisatawan, baik secara parsial maupun simultan. Kualitas Instagram mempunyai pengaruh dominan sebesar 40%, dibandingkan kemampuan wisatawan mengakses Instagram yakni 19,9%. Variabel kemampuan mengakses dan kualitas Instagram berkontribusi sebesar 53,2% terhadap minat kunjungan wisatawan, sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wijayanti (2021). Adanya pengaruh media sosial Instagram terhadap minat pengunjung wisata Atlantis Water Adventure Ancol di Jakarta Utara. Hasil ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nifita & Arisontha (2018). Hal ini menjelaskan bahwa media sosial Instagram memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan.

Pada penelitian terdahulu yang dipaparkan sebelumnya, peneliti melihat bahwa diperlukan mengkaji pengaruh instagram dinas pariwisata terhadap minat wisatawan kota surakarta. Pada tampilan utama instagram @pariwisatasolo terdapat keterangan bahwa pada akun ini merupakan akun yang dimiliki resmi oleh Dinas Pariwisata Kota Surakarta, selain itu ada pula alamat baru kantor Dinas Pariwisata yang bertempat di Komplek Balaikota Surakarta (Selatan Pendhapi Gedhe). Dicantumkan pula alamat email resmi Dinas Pariwisata yaitu pariwisata@surakarta.go.id dan alamat

web resmi yang berisi semua hal tentang Kota Surakarta yaitu <https://pariwisatasolo.surakarta.go.id/>.

Instagram memiliki fitur *highlight* atau sering disebut dengan sorotan. @pariwisatasolo pun juga memiliki sorotan untuk mempermudah pengguna instagram melihat foto maupun video yang diunggah instagram Dinas Pariwisata. Terdapat 5 sorotan (*highlight*) yang dibuat oleh @pariwisatasolo untuk para pengguna instagram, yaitu : (Amanda, 2017)

1. *Solo Event*, sorotan yang diberi judul *Solo Event* tersebut terdapat berbagai foto dan video tentang jadwal *event-event* yang ada di Solo, yaitu Grebeg Sudiro, *Solo Great Sale*, Lampion Pasar Gedhe, Travel Mart, Imlek Festival, Semarak Jenang Sala, Sendratari Ramayana, Festival Dalang Cilik, *Solo Indonesia Culinary Festival*, Solo Menari, Bakdan Neng Solo, Solo Batik Carnival, dan masih banyak lagi *event* lainnya.

2. Kuliner Solo. Dalam sorotan tersebut berisi foto makanan dan minuman khas Solo yaitu es kepal, nasi liwet, es dawet ayu dan sate buntel yang menjadi makanan dan minuman khas Kota Solo.
3. Destinasi ini berisi foto unggahan Museum Rumah Atsiri, Padepokan Keris Brojobuwono, Museum Keris Surakarta, Pura Mangkunegaran, Ndalem Gondosuli, The Heritage Palace, De Tjolomadu, Air Terjun Jumog yang menjadi destinasi pariwisata di Kota Surakarta.
4. Soloku. Pada sorotan kali ini berisi foto sudut-sudut kota Solo yaitu Jl. Slamet Riyadi, Patung Keris, Bendung Karet Tirtonadi, Mangkunegaran, Pendhapi Gedhe Balaikota Surakarta, Taman Monumen 45 Banjarsari, Lodji Gandrung, Taman Balekambang, Kereta Api Batara Kresna, Museum Radya Pustaka. Tempat-tempat dan destinasi tersebut merupakan kebanggaan yang dimiliki oleh Kota Solo
5. Sorotan yang diberi judul Pagelaran tersebut berisi unggahan foto pagelaran wayang kulit di Pendhapi Gedhe Balaikota Surakarta yang merupakan event nasional yang diadakan oleh Kota Surakarta.

Pada fitur postingan (*feed*) Instagram Dinas Pariwisata mengunggah foto dan video minimal 3 kali dalam seminggu, dibanding dengan fitur postingan yang bersifat selamanya, @pariwisatasolo lebih kerap mengunggah foto maupun video mengenai informasi maupun kegiatan yang ada di Surakarta pada fitur *instastory*, yang hanya dapat bertahan selama 24 jam setelah mengunggahnya kemudian akan hilang secara otomatis. (Boyd & Dkk, 2000)

Selain fitur-fitur di atas ada pula fitur kirim pesan (*message*) yang dapat digunakan untuk mengirim pesan kepada Dinas Pariwisata secara pribadi (*personal*). Ada pun tingkat kunjungan wisatawan yang berkunjung ke Kota Surakarta sebagai berikut:

Tabel 1. Intensitas Kunjungan Para Wisatawan

NO.	TAHUN	JUMLAH	JUMLAH WISATAWAN	JUMLAH
		WISATAWAN MANCANEGERA	DOMESTIK	
1	2018	0,82%	99,18%	100%
2	2019	0,60%	99,40%	100%
3	2020 (- Juni)	0,63%	99,37%	100%

Sumber : Dinas Pariwisata Kota Surakarta (tahun 2020)

Pada tahun 2018 jumlah wisatawan mancanegara yang datang berkunjung ke Surakarta yaitu sebanyak 38.537 orang dan wisatawan domestik sebanyak 4.657.283 orang. Sedangkan pada tahun 2019 wisatawan mancanegara yang datang ke Surakarta mengalami penurunan sebanyak 16% dibanding dengan tahun sebelumnya yaitu sebanyak 32.317 orang dan pada wisatawan domestik mengalami kenaikan yang cukup drastis yaitu sebesar 16% dibanding dengan tahun lalu yaitu sebanyak 5.321.517 orang. (Buchari, 2004) Wisatawan mancanegara yang datang ke Surakarta mengalami penurunan pada tahun 2019 disebabkan adanya pandemi *COVID-19* yang sudah mewabah di luar negeri, sedangkan wisatawan domestik mengalami kelonjakan tajam dikarenakan di Indonesia belum terjadi pandemi *COVID-19* yang lalu kemudian pada awal tahun 2020 periode bulan Januari - Juni mengalami tingkat penurunan wisatawan berkunjung ke Surakarta yang bisa dibilang sangat drastis, salah satu penyebabnya yaitu adanya *COVID-19* atau yang sering disebut dengan *Virus Corona* telah mewabah di Indonesia, adanya *virus corona* menyebabkan seluruh Indonesia atau bahkan seluruh dunia diharuskan *lockdown* yaitu harus berdiam diri di rumah dalam jangka waktu yang cukup lama (Syamsudin, 2018)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif melalui metode survey dalam pengumpulan data.(Burhan, 2013) Penulis membutuhkan bantuan responden yaitu *follower*/pengikut Instagram Dinas Pariwisata Kota Surakarta. Responden diambil dengan mempertimbangkan bersama dengan Divisi Sosial Media Dinas Pariwisata Kota Solo dengan diputuskan sejumlah 150 orang *Follower*/Pengikut akun Intagram @pariwisatasolo sebagai populasi responden (subjek penelitian) dan pengaruh Instagram sebagai objek penelitian dalam penulisan ini. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan data dengan bantuan *google form* dan hipotesis analisa data dengan metode perhitungan interval untuk mendapatkan data akhir tertinggi dan terendah yang relevan. Pada hasil akhir penyajian data diambil kesimpulan dengan pengujian hipotesis uji interval yang dilihat dari signifikasi pengaruh Instagram dalam fokus penggunaan Instagram dalam pengaruh data minat wisatawan di Kota Surakarta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabulasi data angket *dependent* minat wisatawan berdasarkan data frekuensi dari setiap respon jawaban dari responden beserta persentasenya dari seluruh pertanyaan pada angket yang disajikan pada tabel 16 sampai dengan 25.

A. Adanya keinginan untuk berkunjung ke Surakarta

Tabel 2. Berkunjung ke Taman Balekambang

Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	86	57,3%
Setuju	64	42,7%
Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	150	100%

Sumber : angket nomer 11

Berdasarkan tabel 16 dengan pernyataan “Keinginan berkunjung ke Taman Balekambang setelah melihat unggahan @pariwisatasolo tentang Taman Balekambang” dan responden sangat setuju 86 orang dan persentasenya adalah 57,3%, setuju sejumlah 64 orang dengan persentase 42,7%, dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju. Hal tersebut menunjukkan pengguna sangat setuju dengan pernyataan tersebut.

Tabel 3. Mengunjungi Event-Event di Surakarta

Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	57	38%
Setuju	92	61,3%
Tidak Setuju	1	0,7%
Jumlah	150	100%

Sumber : angket nomer 12

Berdasarkan tabel 17 dengan pernyataan “Mengunjungi event-event yang ada di Kota Surakarta setelah melihat sorotan Solo Event” dan responden sangat setuju 57 orang dan jumlah persentase 38%, setuju 92 orang dan jumlah persentase 61,3%, tidak setuju adalah 1 orang dengan persentase 0,7%. Hal tersebut menunjukkan wisatawan sekadar setuju dengan pernyataan tersebut.

Tabel 4. Mencicipi Makanan Khas Surakarta

Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	53	35,3%
Setuju	95	63,3%
Tidak Setuju	2	1,3%
Jumlah	150	100%

Sumber : angket nomer 13

Berdasarkan tabel 18 dengan pernyataan “Mencicipi beragam makanan khas Kota Surakarta setelah melihat sorotan kuliner di @pariwisatasolo” bahwa responden setuju sejumlah 53 orang dan jumlah persentase 35,3%, setuju adalah 95 orang dan jumlah persentase 63,3%, tidak setuju adalah 2 orang dan jumlah persentase 1,3%. Hal ini menunjukkan pengguna Instagram sebagian besar akan mencicipi beragam makanan khas Solo setelah melihat sorotan Kuliner.

Tabel 5. Berkunjung ke Destinasi Wisata Surakarta

Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	39	26%
Setuju	79	52,7%
Tidak Setuju	32	21,3%
Jumlah	150	100%

Sumber : angket nomer 14

Berdasarkan tabel 19 pernyataan “Berkunjung ke destinasi wisata yang dibagikan @pariwisatasolo pada sorotan” dan responden sangat setuju 39 orang dan jumlah persentase 26%, setuju sejumlah 79 orang dengan persentase 52,7%, tidak setuju sejumlah 32 orang dengan persentase 21,3%. Kesimpulannya pengguna instagram setuju dengan pernyataan tentang berkunjung ke destinasi wisata di Kota Solo.

B. Surakarta menjadi tujuan wisata

Tabel 6. Objek Wisata di Surakarta

Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	73	48,7%
Setuju	77	51,3%
Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	150	100%

Sumber : angket nomer 15

Berdasarkan tabel 20 pernyataan “Objek wisata yang ada di Surakarta menarik untuk dikunjungi” dan sangat setuju sejumlah 73 orang dengan persentase 48,7%, setuju ada 77 orang dan jumlah persentase 51,3%, tidak setuju 0 orang. Kesimpulannya pengguna instagram setuju bahwa objek wisata di Surakarta menarik untuk dikunjungi.

Tabel 7. Menyaksikan Kethoprak Balekambang

Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	77	51,3%
Setuju	71	47,3%
Tidak Setuju	2	1,3%
Jumlah	150	100%

Sumber : angket nomer 16

Tabel 21 dengan pernyataan “Hiburan malam Kethoprak di Taman Balekambang sangat menarik untuk dikunjungi” dan responden sangat setuju ada 77 orang dengan persentase 51,3%, setuju ada 71 orang dan jumlah persentase 47,3%, tidak setuju ada 2 orang dan jumlah persentase 1,3%. Kesimpulannya pengguna Instagram sangat setuju bahwa Kethoprak Balekambang sangat menarik untuk disaksikan.

Tabel 8. Hiburan dan Kuliner Malam di Surakarta

Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	91	60,7%
Setuju	59	39,3%
Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	150	100%

Sumber : angket nomer 17

Berdasarkan tabel 22 pernyataan “Hiburan dan kuliner malam di Surakarta juga sangat menarik untuk dikunjungi” dan sangat setuju ada 91 orang dan jumlah persentase 60,7%, setuju sejumlah 9 orang dan jumlah persentase 39,3%, dan tidak setuju ada 0 orang. Kesimpulannya selain hiburan malam, kuliner malam di Surakarta juga sangat menarik untuk dicoba.

Tabel 9. Merekomendasikan objek wisata di Surakarta

Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	109	72,7%
Setuju	41	27,3%
Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	150	100%

Sumber : angket nomer 18

Tabel 23 dengan pernyataan “Merekomendasikan objek wisata yang ada di Surakarta” dan sangat setuju sejumlah 109 orang dan jumlah persentase 72,7%, setuju adalah 41 orang dan jumlah persentase 27,3%, dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna Instagram sebagian besar akan merekomendasikan mana saja tempat yang menarik di Surakarta.

Tabel 10. Tertarik ke Surakarta

Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	126	84%
Setuju	24	16%
Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	150	100%

Sumber : angket nomer 19

Berdasarkan tabel 24 dengan pernyataan “Tertarik untuk berkunjung ke Surakarta” dan sangat setuju ada 126 orang dan jumlah persentase 84%. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan tertarik berkunjung ke Surakarta untuk berwisata.

Tabel 11. Surakarta menjadi tujuan wisata

Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	127	84,7%
Setuju	23	15,3%
Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	150	100%

Sumber : angket nomer 20

Tabel 25 dengan pernyataan “Kota Surakarta menjadi tujuan wisata” dan responden ada 127 orang dan jumlah persentase 84,7%, setuju adalah 23 orang dan jumlah persentase 15,3%, dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar wisatawan setuju bila di Kota Surakarta sebagai tujuan wisata.

Dari hasil perhitungan minat wisatawan berkunjung ke Kota Surakarta, terlihat perolehan nilai tertinggi yang diharapkan 30 dan nilai terendah yang diharapkan sebanyak 10. Untuk mengkategorikan tinggi, sedang, rendah dari variabel minat wisatawan, digunakan rumus interval sebagai berikut:

$$I = \frac{R}{K}$$

Keterangan:

I = Interval

R = range (nilai tertinggi - nilai terendah)

K = jumlah kelas

Sesuai dengan rumus di atas maka diperoleh:

$$I = \frac{30 - 18}{3} = 4$$

Sehingga diperoleh susunan kategori dari variable *dependent* minat wisatawan ke Surakarta sebagai berikut:

1. Kategori tinggi : responden dengan nilai 26,2 – 30
2. Kategori sedang : responden dengan nilai 22,1 – 26,1
3. Kategori rendah : responden dengan nilai 18 – 22

Dengan kategori tersebut, maka responden dapat diklasifikasikan dalam tingkat distribusi tertentu, seperti dalam tabel berikut:

Tabel 12. Distribusi Frekuensi Variabel Minat Wisatawan

Kategori	Nilai	Jumlah	Persentase (%)
Tinggi	26,2 – 30	52	34,7%
Sedang	22,1 – 26,1	74	49,3%
Rendah	18 - 22	24	16%
		150	100%

Sumber : angket nomer 11-20

Berdasarkan tabel 26 di atas diketahui bahwa minat wisatawan datang ke Surakarta di ketahui dalam kategori tinggi dengan jumlah 52 orang dengan persentase sebanyak 34,7%, kategori sedang dengan jumlah 74 orang persentase sebanyak 49,3%. Selanjutnya untuk kategori rendah berjumlah 24 orang dengan persentase 16%.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dapat dikatakan variabel *independent* yaitu unggahan Instagram kategori sedang memperoleh persentase tertinggi yaitu 49,3% dari 100% dengan skor 24,1 – 27,1. Hasil ini membuktikan bahwa unggahan foto, video, IGTV, dan sorotan yang diunggah oleh instagram Dinas Pariwisata dikatakan cukup menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke Surakarta. Sedangkan data dari variabel *dependent* yaitu minat wisatawan kategori sedang memperoleh persentase tertinggi yaitu 49,3% dari 100% dengan skor 22,1 – 26,1. Hasil ini membuktikan bahwa wisatawan cukup terpengaruh oleh foto, video, IGTV, dan sorotan yang diunggah oleh akun instagram Dinas Pariwisata, sehingga menjadikan Surakarta sebagai tujuan untuk berwisata para wisatawan.

Dari hasil analisis, menyatakan bahwa data yang dihitung tersebut dinyatakan valid dengan data yang sudah terlampir. Hasil akhir menghasilkan pernyataan bahwa unggahan instagram Dinas Pariwisata berpengaruh pada minat wisatawan untuk berkunjung ke Surakarta. Hasil sudah dihitung lengkap dengan uji regresi linier sederhana yang diketahui hasil hitung *Rsquare* sebesar 0,099 menjelaskan tidak terlalu besarnya persentase (%) pengaruh variabel *independent* (Unggahan Instagram Dinas Pariwisata) terhadap variabel *dependent* (Minat Wisatawan berkunjung) yang disebut dengan koefisien determinan. Dari tabel diperoleh nilai koefisien determinan (*Rsquare*) sebesar 0,099 artinya bahwa pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent* adalah sebesar 09,9% dan sebanyak 90,1% variabel minat wisatawan dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian kali ini.

REFERENCES

- Amanda, P. (2017). Pengaruh Konten Post. Terhadap Online Engagement Studi Kasus Lima Merek Pakaian Wanita. *Jurnal Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Indonesia*.
- Boyd, H., & Dkk. (2000). *Manajemen Pemasaran 1*. Erlangga.
- Buchari, A. (2004). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Burhan, B. (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitati*. Prenada Media Group.
- Hu, Y., Manikonda, L., & Kambhampati, S. (2014, May 16). What We Instagram: A First Analysis of Instagram Photo Content and User Types. *Eighth International AAAI Conference on Weblogs and social media*. Eighth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media. <https://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM14/paper/view/8118>
- Munawwaroh, P. R., & Lubis, E. E. (2017). Pengaruh Terpaan Media Pada Akun Instagram @Exploresiak Terhadap Minat Kunjungan Wisata Ke Siak Sri Indrapura. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 5(1), Article 1.
- Nifita, A. T., & Arisondha, E. (2018). Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Taman Geopark Kabupaten Merangin. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 7(2), Article 2. <https://doi.org/10.22437/jmk.v7i2.5490>
- Pradiatiningtyas, D. (2016). Peran Instagram Dalam Menarik Minat Wisatawan Berkunjung Ke Objek Wisata Yogyakarta. *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 7(2), Article 2. <https://doi.org/10.31294/khi.v7i2.705>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), Article 1. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>
- Syamsudin, S. (2018). *Mikro Ekonomi Untuk Manajemen*. Pt. Raja Grafindo Persada.

Wijayanti, A. (2021). Efektivitas Instagram dalam Meningkatkan Minat Kunjungan Wisatawan di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Indonesian Journal of Tourism and Leisure*, 2(1), Article 1. <https://doi.org/10.36256/ijtl.v2i1.138>