

**PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL DAN DAYA TARIK WISATA
TERHADAP NIAT WISATAWAN UNTUK BERKUNJUNG KE DESTINASI
WISATA GAMPLONG STUDIO ALAM: STUDI EMPIRIS DI
INSTAGRAM**

Echa Yulia Chaicar, Teti Indriati Kastuti, S.S., M.Pd., M.Par.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi media sosial Instagram dan daya tarik wisata terhadap niat berkunjung wisatawan ke Gamplong Studio Alam, Yogyakarta. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik survei terhadap 120 responden pengguna Instagram. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda melalui SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung, sementara promosi media sosial tidak berpengaruh signifikan secara parsial. Namun, secara simultan, keduanya berpengaruh signifikan. Temuan ini menekankan pentingnya pengembangan daya tarik wisata sebagai faktor utama dalam mendorong kunjungan, disertai optimalisasi konten promosi digital yang lebih menarik dan interaktif.

Kata Kunci: niat berkunjung, media sosial, daya tarik wisata, Gamplong Studio Alam, Instagram

**THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA PROMOTION AND TOURIST
ATTRACTION ON TOURISTS' INTENTION TO VISIT THE NATURE
STUDIO GAMPLONG TOURIST DESTINATION: AN EMPIRICAL
STUDY ON INSTAGRAM**

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Instagram social media promotion and tourist attractions on tourists' intentions to visit Gamplong Studio Alam in Yogyakarta. The research employs a quantitative approach, utilizing a survey technique with 120 Instagram users as respondents. Data analysis was performed using multiple linear regression through SPSS. The findings indicate that tourist attraction has a positive and significant effect on the intention to visit, while social media promotion does not have a significant effect on its own. However, when analyzed simultaneously, both factors show a significant influence. These results highlight the importance of developing tourist attractions as a key factor in encouraging visits, alongside optimizing digital promotional content to make it more engaging and interactive.

Keywords: visit intention, social media, tourism attraction, Gamplong Studio Alam, Instagram