

**PENGARUH PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL TERHADAP
MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN DI DAYA TARIK
WISATA UMBUL PONGGOK KABUPATEN KLATEN**

ARTIKEL ILMIAH

Disiapkan sebagai Pernyataan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pariwisata



Disusun oleh:

Nama : Dhava Tanaya Pambayun Aji
NIM : 206103
Program Studi : Pariwisata
Jenjang : Strata Satu/S-1

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMBARRUKMO YOGYAKARTA

2024

**PENGARUH PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL TERHADAP
MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN DI DAYA TARIK WISATA
UMBUL PONGGOK KABUPATEN KLATEN**

Dhava Tanaya Pambayun Aji

NIM: 206103

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah promosi melalui media sosial berdampak kepada minat berkunjung wisatawan ke Umbul Ponggok, penelitian ini menggunakan jenis kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 orang responden dengan hasil uji menyatakan bahwa minat berkunjung wisatawan di daya tarik wisata umbul ponggok tidak dipengaruhi besar oleh media social karena umbul ponggok termasuk daya tarik wisata yang cukup terkenal dikalangan masyarakat dan diperkirakan minat berkunjung wisatawan ke daya tarik wisata umbul ponggok dipengaruhi oleh pengalaman wisatawan yang pernah berkunjung kesana dan melakukan promosi mulut ke mulut, Nilai R Square 0,275 bermakna bahwa promosi mempengaruhi minat wisatawan sebesar 27,5% sedangkan sisanya 72,5% dipengaruhi oleh faktor - faktor .

ABSTRAC

The purpose of this study was to determine whether promotion through social media has an impact on tourists' interest in visiting Umbul Ponggok, this study used a quantitative type by distributing questionnaires to 100 respondents with the test results stating that the interest of tourists visiting the Umbul Ponggok tourist attraction is not greatly influenced by social media because Umbul Ponggok is a fairly well-known tourist attraction among the community and it is estimated that the interest of tourists visiting the Umbul Ponggok tourist attraction is influenced by the experience of tourists who have visited there and carried out word of mouth promotion, the R Square value of 0.275 means that promotion affects tourist interest by 27.5% while the remaining 72.5% is influenced by factors.

BAB I

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Di era sekarang ini dengan kemajuan teknologi informasi maka perkembangan semua bidang dapat berjalan dengan baik dan lancar, di era sekarang ini juga bidang kepariwisataan dapat dikembangkan dengan cepat dengan adanya teknologi informasi sehingga informasi dapat diterima dengan cepat dan kekinian. Pariwisata merupakan salah satu bentuk industri pariwisata yang belakangan ini menjadi tujuan sebagian besar masyarakat. Pariwisata memberikan kenikmatan suguhan segala sesuatu yang dapat dirasakan seperti berupa keindahan segala yang dibuat oleh alam atau manusia (Enden, 2021). Pengembangan kepariwisataan dibutukan teknologi informasi dimana melalui teknologi informasi maka informasi mengenai promosi pariwisata dapat dikenal dengan cepat dan kekinian. Pariwisata Bertanggungjawab (Responsible Tourism) adalah konsep pengembangan dari ecotourism (kegiatan pariwisata berwawasan lingkungan) dan sustainable tourism (pariwisata berkelanjutan). Konsep ini bertujuan mengedukasi masyarakat untuk meminimalisir dampak negatif lingkungan, sosial, budaya, dan ekonomi dari kegiatan kepariwisataan dan memaksimalkan dampak positif. (Dr Darmiasih M.Par,CHE). Tujuan wisata berbasis alam sangat bervariasi, tujuan wisata taman nasional dan konser-vasi merupakan komponen terbesar dari tujuan wisata berbasis alam (Mbahben, 2021).

Promosi merupakan kegiatan memberitahukan produk atau jasa yang hendak ditawarkan kepada calon konsumen/wisatawan yang dijadikan target pasar. Kegiatan promosi idealnya dilakukan secara berkesinambungan melalui beberapa media yang dianggap efektif dapat menjangkau pasar, baik cetak maupun elektronik, namun pemilihannya sangat tergantung pada target pasar yang hendak dituju. Pariwisata merupakan segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk perusahaan obyek dan daya tarik serta usaha-usaha yang terkait dibidang tersebut. Kepariwisataaan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata. Sedangkan usaha pariwisata adalah kegiatan yang bertujuan menyelenggarakan jasa pariwisata, menyediakan atau mengusahakan obyek dan daya tarik wisata, usaha sarana pariwisata, dan usaha lain dibidang tersebut.

Umbul Pongkok dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan air bersih dalam melakukan aktivitas sehari-hari warga sejak zaman Belanda. Selain dimanfaatkan untuk irigasi pertanian, juga dimanfaatkan sebagai air minum, tempat mencuci, dan pemandian. Namun sejak dijadikan destinasi wisata, warga sekitar tidak melakukan aktivitas itu lagi. Selain itu Umbul Pongkok merupakan salah satu objek pariwisata yang cukup terkenal dibuktikan dengan jumlah pengunjung yang terus meningkat di setiap tahunnya seperti dalam tabel berikut:

Tabel 1. Jumlah Pengunjung Umbul Ponggok

Tahun	Total Pengunjung
2020	27.127
2021	73.756
2022	100.782

.Sumber: Disporapar Provinsi Jawa Tengah (2022)

permasalahan pengembangan pariwisata yang ada di Umbul Ponggok adalah di tahun ini dan sebelumnya, media sosial Tik Tok sedang menjadi salah satu media sosial yang banyak di gunakan dalam kalangan anak-anak hingga orang tua, dari Umbul Ponggok sendiri belum mempunyai akun khusus Tik Tok. Pengaruh Tik Tok sangatlah besar karena penggunaan dan wawasan yang ada dalam media sosial Tik Tok sangat luas. Adanya potensi wisata yang baik, didukung dengan fasilitas dan promosi yang baik, maka hal tersebut akan mengoptimalkan pemasaran yang dilakukan.

Oleh sebab itu media sosial dianggap media yg paling efektif dalam melakukan promosi baik itu barang ataupun jasa. Dengan adanya media sosial kita dapat mengirim pesan berantai yang akan di sebatkan oleh orang lain secara terus menerus pesan berantai itulah yang akan dimanfaatkan sebagai media promosi berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai "PENGARUH PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN KE UMBUL PONGGOK KABUPATEN KLATEN"

Rumusan Masalah

Bagaimana promosi melalui media sosial berdampak kepada wisatawan untuk mengunjungi Umbul Pongok?

Batasan Masalah

Dalam penelitian ini untuk menghindari kesalah pahaman dan perluasan masalah, maka perlu adanya batasan masalah. Masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah media sosial (tiktok dan instagram) dan wisatawan yang berkunjung di Umbul pongok Klaten.

Tujuan Penelitian

Mengetahui apakah promosi melalui media sosial berdampak kepada minat berkunjung wisatawan ke Umbul Pongok

Manfaat Penelitian

Dengan dilaksanakannya penelitian ini, penulis berharap mampu memberikan manfaat baik secara langsung dan tidak langsung. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis
 - a. Mampu memberikan kontribusi dalam mengembangkan teori-teori khusus yang terkait dengan industri pariwisata.
 - b. Dapat dijadikan sumber referensi untuk penelitian sejenis untuk masa yang akan datang.

2. Manfaat praktis

a. Bagi penulis

Dapat menambah wawasan dan pengetahuan baru, dengan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan acuan dan pengoptimalan dalam pembelajaran terkait dengan persepsi wisatawan terhadap daya tarik yang terdapat pada daya tarik wisata Umbul Ponggok

b. Bagi komunitas

Menjadi informasi baru terkait dengan daya tarik wisata Umbul Ponggok

c. Bagi Industri Pariwisata

Menambah pemahaman lebih lanjut tentang persepsi wisatawan, industri pariwisata dapat mengembangkan pengalaman wisata yang lebih menarik dan memuaskan mencakup peningkatan fasilitas dan daya tarik wisata.

d. Bagi Akademik

Sebagai bahan pertimbangan dan pengembangan Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta dan peningkatan reputasi institusi.

Sistematika penulisan

Untuk mempermudah melihat dan mengetahui pembahasan yang ada dalam Artikel ilmiah ini secara menyeluruh, maka perlu dikemukakan sistematika yang merupakan kerangka dan pedoman penulisan Artikel Ilmiah. adapun sistematika penulisannya sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Latar Belakang

Rumusan Masalah

Tujuan Penelitian

Manfaat Penelitian

Sistematika Penulisan Artikel Ilmiah

BAB II KAJIAN LITERATUR DAN KAJIAN TEORI

Kajian Literatur

Kajian Teori

Hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Tempat dan Waktu Penelitian

Populasi dan Sampel

Instrumen penelitian

Teknik pengumpulan data

Uji Validitas dan Reabilitas

Teknik Analisis Data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Pembahasan

BAB V PENUTUP

Simpulan

Saran

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil analisis data dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

Ditinjau dari hasil uji menyatakan bahwa minat berkunjung wisatawan di daya tarik wisata umbul ponggok tidak di pengaruhi besar oleh media sosial karena umbul ponggok termasuk daya tarik wisata yang cukup terkenal dikalangan masyarakat dan diperkirakan minat berkunjung wisatawan ke daya tarik wisata umbul ponggok di pengaruhi oleh pengalamn wisatawan yang pernah berkunjung kesana dan melakukan promosi mulut ke mulut

5.2 Saran

Bedasarkan kesimpulan di atas, berikut ini beberapa saran yang menjadi pertimbangan bagi peneliti selanjutnya:

1. Bagi umbul ponggok

Pihak pengelola wisata untuk mengebangkan kembali promosi melalui media social guna untuk meningkatkan pengembangan daya tarik wisata umbul ponggok.

2. Bagi penelitiselanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya dapat menggunakan variabel-variabel lain yang dapat juga mempengaruhi variabel minat berkunjung agar

menambah keakuratan peneliti seperti dengan menggunakan variabel harga, aksesibilitas dan lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardinata, Putra, Rayhand., dkk, 2023. Media Sosial dan Pengaruhnya Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Kawasan Wisata Chinangkiak Dreampark Solok Sumatera Barat. *Jurnal Altasia, Vol. 5, No.1*
- Arum Wahyu, Sari. Dan Najmudin Mohamad. 2021. Pengaruh Media Sosial, Kualitas Layanan Dan Pengalaman Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Daya tarik wisata Pulepayung Kabupaten Kulon Progo. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi. Volume 12, No.1, 49-58*
- As'ad, Mohamad., dkk. 2023. Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Kunjung Kembali Wisatawan di Pulau Pramuka Kepulauan Seribu (Studi Kasus Wisatawan Pulau Pramuka). *Jurnal Administrasi Bisnis, Jambis Vol, 3 (3), 280-290.*
- Azhari, M. T., Al Fajri Bahri, M. P., Asrul, M. S., & Rafida, T. (2023). *Metode penelitian kuantitatif*. Jambi : Sonpedia Publishing Indonesia. *Berutu, F. (n.d.)*.
- Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Tamu Di Hotel Sunlake Jakarta.
- Darmawan, D. S. (2019). Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas, Ansilari Terhadap Kepuasan Wisatawan Dio Pantai Gemah Kabupaten Tuilungagung. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB, 8(1), 2-3.*
- Effendy, M. L., Sari, M. I., & Hermawan, H. (n.d.)*. Pengaruh Strategi Promosi Melalui Media Sosial, Kualitas Pelayanan, dan Word of Mouth Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Warung Kopi Cak Kebo.
- Fikri, H. (2022). *Analisis Daya Tarik Wisata Terhadap Persepsi Wisatawan di Taman Pelangi Yogyakarta* (Doctoral dissertation, STP AMPTA Yogyakarta).
- Ghozali, I. (2019). *Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 25 (9th ed.)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Murphy, P. E., (2019). *Tourism A Community Approach*. New York and London: Routledge
- Prawira, S. A., & Pranasari, D. (2020). Pengaruh aksesibilitas, inovasi dan kualitas pelayanan fasilitas publik terhadap kepuasan penumpang disabilitas di kereta rel listrik jakarta. Pengaruh Aksesibilitas, Inovasi Dan Kualitas Pelayanan Fasilitas Publik Terhadap Kepuasan Penumpang Disabilitas Di Kereta Rel Listrik Jakarta

- Miftahulhasanah, L. (n.d.). Pengaruh Promosi dan Media Sosial Terhadap Minat Kunjung Wisatawan di Event Gelar Jepang UI
- Muslim, R. A., Wardani, N. H., & Wijoyo, S. H. (n.d.). Analisis Pengaruh Pemasaran melalui Media Sosial terhadap Loyalitas Mereka pada Instagram Tomoo Steak.*
- Nifita, A. T., & Arisonaha, E. (n.d.). Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Taman Geopark Kabupaten Merangin.*
- Priadana, M. S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Sugiyono, D. (2019). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryanto, Putra, R., 2021. Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pada Obyek Wisata Dengan Variabel Citra Destinasi Sebagai Pemediasi. Skripsi. Universitas Muhammadiyah : Surakarta.
- Susanto, Budi., Dan Astutik, Puji. 2020. Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Obyek Wisata Edukasi Manyung. *Jurnal Riset Bisnis dan Ekonomi* 2722-3361.

LAMPIRAN



Dokumentasi Kunjungan Penulis Ke Obyek Wisata Umbul Pongok

70 70

dhavatanaya749@gmail.com_DHAVA TANAYA PAMBAYUN AJI_206103_ARTIKEL ILMIAH - Dhava Tanaya

 KARYA ILMIAH_28 JULI 2025

Document Details

Submission ID

trn:oid::29439:106156461

Submission Date

28 Jul 2025, 14:02 GMT+7

Download Date

28 Jul 2025, 14:27 GMT+7

File Name

dhavatanaya749@gmail.com_DHAVA TANAYA PAMBAYUN AJI_206103_ARTIKEL ILMIAH - Dhavadocx

File Size

479.9 KB

71 Pages

8,032 Words

63,483 Characters




17% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- ▶ Bibliography

Top Sources

- 4%  Internet sources
- 1%  Publications
- 16%  Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.