

## ABSTRAK

Tingginya penggunaan media sosial berakibat pada terciptanya banyak peluang di berbagai bidang termasuk bidang pariwisata. Unggahan-unggahan foto wisata alam yang diunggah di media sosial mampu memberikan informasi, serta menimbulkan daya tarik bagi wisatawan. Promosi melalui media *online* merupakan cara paling efektif untuk memperkenalkan kekayaan budaya dan pariwisata. Akun Instagram *@explorejogja* sebagai alat promosi wisata untuk wilayah Yogyakarta mampu mempromosikan tempat wisata kepada para wisatawan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah media sosial Instagram *@Explorejogja* merupakan media yang memenuhi syarat sebagai media referensi wisata. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan jenis analisis isi. Populasi dalam penelitian ini adalah isi media sosial instagram *@ExploreJogja* periode 1 Juli 2017 sampai dengan 31 Juli 2017. Teknik pengumpulan data melalui data primer yang yang diperoleh peneliti langsung dari unggahan foto instagram *@ExploreJogja* periode 1 Juli 2017 sampai dengan 31 Juli 2017. Hasil penelitian menunjukkan akun *@Explorejogja* adalah pemandangan alam dengan ada unsur orang di dalamnya sebesar 52% menyertakan elemen orang/model di dalam pemandangan. Selain kedua kategori gambar tersebut, unggahan juga berisikan informasi lokasi/tempat wisata seperti informasi tentang fasilitas-fasilitas yang ada di tempat wisata, tiket masuk serta informasi lain yang dibutuhkan oleh para wisatawan. Akun instagram *@Explorejogja* merupakan sumber informasi yang menimbulkan respon kepada *followernya* yang berorientasi untuk mendapatkan informasi tempat wisata sebagai alternatif pilihan tempat wisata yang akan dikunjungi.

Kata kunci : Instagram, *@explorejogja*, preferensi wisata

## **ABSTRACT**

*The high use of social media results in the creation of many opportunities in various fields including tourism. Uploads of natural tourist photos uploaded on social media are able to provide information, and create attraction for tourists. Promotion through online media is the most effective way to introduce cultural and tourism wealth. Instagram account @explorejogja as a tourism promotion tool for the Yogyakarta area is able to promote tourist attractions to tourists. The purpose of this study is to find out whether Instagram social media @Explorejogja is a medium that meets the requirements as a tourist reference media. The research method used is quantitative descriptive with the type of content analysis. The population in this study is the content of @ExploreJogja Instagram social media period July 1, 2017 until July 31, 2017. Data collection techniques through primary data obtained by researchers directly from uploading @ExploreJogja Instagram photos for July 1, 2017 until July 31, 2017. Research results shows that the @Explorejogja account is a natural landscape with 52% of the people in it including the person / model element in the scene. In addition to the two categories of images, uploads also contain location / tourist information such as information about the facilities at the tourist attractions, entrance tickets and other information needed by tourists. Instagram account @Explorejogja is a source of information that gives response to followers who are oriented to get tourist information as an alternative choice of tourist attractions to be visited.*

*Keywords: Instagram, @explorejogja, tourism preferences*