

Abstrak

Sebelum adanya era *digital*, terpaan informasi tempat wisata didapat masyarakat melalui televisi, radio, majalah pariwisata atau buku yang terkait dengan tempat wisata tersebut, tetapi sekarang masyarakat bisa memperoleh informasi dari internet dengan interaksi komunikasi dua arah untuk mempermudah seseorang mendapatkan lokasi tempat wisata yang diinginkan. Penulis memilih *Instagram* karena salah satu aplikasi media sosial yang favorit di kalangan masyarakat dan memilih akun @explorejogja karena mempunyai pengikut yang banyak dengan foto tempat wisata di Yogyakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan pengaruh terpaan posting pada akun @explorejogja di *Instagram* terhadap minat pariwisata mahasiswa, dan untuk mengetahui faktor lainnya yang timbul dari pengaruh terpaan posting pada akun @explorejogja di *Instagram* terhadap minat pariwisata mahasiswa. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan menggunakan survai kepada mahasiswa yang mengakses akun @explorejogja di *Instagram*. Teori yang digunakan adalah teori S-O-R dengan model AISAS dan konsep pajanan media. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah korelasi product moment, analisis regresi moderasi, uji f, korelasi parsial, dan uji t. Hasil dari penelitian ini adalah “ada pengaruh terpaan posting tempat wisata di *Instagram* terhadap minat pariwisata mahasiswa FISIP UPN “Veteran” Yogyakarta” dan “ada pengaruh terpaan posting tempat wisata di *Instagram* terhadap minat pariwisata mahasiswa FISIP UPN “Veteran” Yogyakarta yang didukung oleh faktor sosial”

Kata Kunci: pengaruh, terpaan, posting, tempat wisata, *Instagram*, minat, pariwisata, mahasiswa, yogyakarta

Abstract

Before the existence of the digital age, exposure of tourism information earned the public through television, radio, magazines or tourism books-related tourist attractions, but now the public can obtain informations from the internet by two-way communication interactions to facilitate someone getting a desired location. The author chose Instagram because one of the social media applications that are favorites among the community and choose the account @explorejogja because it has a lot of followers with photos of attractions in Yogyakarta. The purpose of this research is to know relationships influence exposure to post on the account @explorejogja on Instagram against tourism interests of students, and to know other factors arising from the influence of exposure to post on the account @explorejogja on Instagram against tourism interests the student. Methode is quantitative methods with the use of surveys to students accessing the account @explorejogja on Instagram. The theory is the theory of S-O-R, AISAS model and the concept of media exposure. Technique of data analysis in this study is the product moment correlation, regression analysis moderation, partial corelation, f test, t-test and the results of this research is "there is the influence of exposure of tourist attractions in Instagram to the interests of students of FISIP UPN "Veteran" Yogyakarta and there is the influence of exposure of tourist attractions in Instagram to the interests of students of FISIP UPN "Veteran" Yogyakarta supported by social factors".

Key Word: *influence, exposure, posting, tourist attractions, instagram, interest, tourism, students, yogyakarta*