

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN DAYA
TARIK WISATA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG
GEOWISATA TEKSAS WONOCOLO KECAMATAN
KEDEWAN KABUPATEN BOJONEGORO**

SKRIPSI



**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Pendidikan**

Oleh :

ADIS MELIYA SUCI RAHAYU

20210028

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
IKIP PGRI BOJONEGORO
TAHUN 2024**

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN DAYA
TARIK WISATA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG
GEOWISATA TEKSAS WONOCOLO KECAMATAN
KEDEWAN KABUPATEN BOJONEGORO**

SKRIPSI

Oleh :

ADIS MELIYA SUCI RAHAYU

20210028

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
IKIP PGRI BOJONEGORO**

2024

HALAMAN PERSETUJUAN

Proposal skripsi dengan judul “Pengaruh social media marketing dan daya tarik wisata terhadap minat berkunjung geowisata teksas wonocolo Kecamatan Kedewan Kabupaten Bojonegoro” disusun oleh:

Nama : Adis Meliya Suci Rahayu

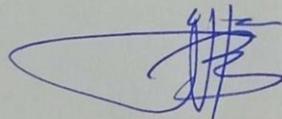
NIM : 20210028

Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Untuk disetujui oleh dosen pembimbing skripsi dan diajukan ke tahap seminar proposal skripsi

Bojonegoro, 19 Februari 2024

Pembimbing I,



Ali Mujahidin, S. Pd. M. M.

NIDN : 0417078206

Pembimbing II



Rika Pristian F. A., M. Pd.

NIDN : 0715068801

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Pengaruh social media marketing dan daya tarik wisata terhadap minat berkunjung geowisata teksas wonocolo Kecamatan Kedewan Kabupaten Bojonegoro” disusun oleh:

Nama : Adis Meliya Suci Rahayu

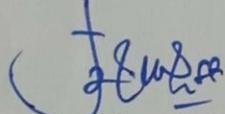
NIM : 20210028

Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Telah dipertahankan dalam siding skripsi pada Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, IKIP PGRI Bojonegoro pada hari, Selasa tanggal 23 Juli 2024

Bojonegoro, 23 Juli 2024

Ketua,



Dr. Fruri Stevani, S. Pd. M. Pd.

NIDN. 0723048902

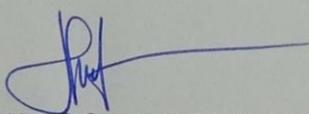
Sekretaris



Rika Pristian F. A., M. Pd.

NIDN. 0715068801

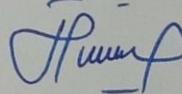
Penguji I



Nur Rohman, S. Pd. M. Pd.

NIDN. 0713078301

Penguji II



Dr. Taufiq Hidavat, S. Pd. M. Pd.

NIDN. 0727128902

Rektor,

Dr. Junarti, M. Pd.

NIDN 0014016501

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Dengan ini, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Adis Meliya Suci Rahayu

NIM : 20210028

Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Fakultas : Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

Demi menjunjung tinggi integritas akademik, dengan tulus dan tanpa ada paksaan dari pihak manapun, saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

Pengaruh Sosial Media Marketing dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Geowisata Teksas Wonocolo Kecamatan Kedewan Kabupaten Bojonegoro

Merupakan hasil karya asli saya sendiri dan semua sumber informasi yang digunakan telah saya cantumkan dengan jelas dalam daftar referensi berdasarkan kode etik ilmiah. Saya menyadari bahwa apabila ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan terkait dengan keaslian tulisan karya ini, **saya secara pribadi** bersedia menerima konsekuensi sesuai dengan peraturan yang berlaku dan siap menanggung sanksi hukum.

Bojonegoro, Juli 2024



Adis Meliya Suci Rahayu

NIM 20210028

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

“allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Q.S Al- Baqarah, 2 : 286)

“sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras dengan sungguh-sungguh (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhan-mu lah engkau berharap”

(Q.S Al-Insyirah : 6-8)

PERSEMBAHAN :

1. Kepada cinta pertama dan panutanku, Ayahanda. Beliau memang tidak sempat menyelesaikan bangku perkuliannya karena adanya suatu halangan, namun beliau mampu mendidik penulis, memberikan semangat dan motivasi tiada henti hingga penulis dapat menyelesaikan studinya sampai Sarjana.
2. Pintu surgaku, Ibunda. Terima kasih sebesar-besarnya penulis berikan kepada beliau atas segala bentuk bantuan, semangat, dan doa yang diberikan meski terkadang pikiran kita tidak sejalan, terima kasih atas kesabaran hati menghadapi penulis yang keras kepala. Ibu menjadi penguat dan pengingat paling hebat. Terima kasih sudah menjadi utukku pulang, bu.
3. Kedua kakakku, Terimakasih sudah ikut serta dalam proses penulis menempuh pendidikan selama ini, terima kasih atas semangat, doa, dan cinta yang selalu diberikan kepada penulis.
4. Teruntuk calon imam yang masih dirahasiakan ilahi yang berada dikawasan jauh disana sehat selalu, jaga kesehatan, jaga mata dan jaga hati untuk kekasihmu tercantik ini.
5. Teruntuk sahabat-sahabat tercinta. Winda, Ika Kris, dan Zulfa terimakasih atas segala motivasi satu sama lain, dukungan, pengalaman, waktu dan ilmu yang dijalani bersama selama perkuliahan. Terima kasih selalu menjadi garda terdepan di-masa-masa sulit penulis. Terimakasih juga sudah mendengarkan keluh kesah penulis. *See you top. Guys!*

ABSTRAK

Rahayu, A. M. S., 2024. *Pengaruh Social Media Marketing Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Geowisata Teksas Wonocolo Kecamatan Kedewan Kabupaten Bojonegoro*. Skripsi, Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, IKIP PGRI Bojonegoro, Pembimbing (I) Ali Mujahidin, S. Pd., M. M (II) Rika Pristina F. A. M. Pd.

Kata Kunci : Sosial Media Marketing, Daya Tarik, dan Minat Berkunjung

Media sosial adalah salah satu alat pemasaran digital yang paling mudah digunakan untuk promosi wisata geopark Texas Wonocolo. Di era saat ini, penggunaan media sosial sebagai alat promosi pariwisata menjadi hal yang sangat penting. Namun, kenyataannya hal tersebut belum dapat menarik minat banyak pengunjung. Sehingga perlu sosial media marketing yang mampu menarik daya tarik pengunjung untuk berwisata ke Texas Wonocolo.

Studi penelitian ini dilakukan untuk mengetahui minat berkunjung para wisatawan dengan adanya sosial media marketing dan daya tarik wisata. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang diukur dengan menggunakan skala *Likert*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 96 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuisioner untuk mengetahui minat berkunjung para wisatawan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi), uji regresi linier berganda, dan uji hipotesis melalui uji-f, uji-t, dan uji koefisien determinasi (R^2). Selain itu, teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini juga terdapat uji validitas dan reliabilitas untuk mengetahui kevalidan dan konsistensi data penelitian ini.

Dari hasil analisis data temuan yang dihasilkan menunjukkan bahwa $f_{hitung} 104,662 > f_{tabel} 3,09$ yang berarti terdapat pengaruh sosial media marketing dan daya tarik wisata terhadap minat berkunjung wisatawan. Sedangkan pada uji-t diperoleh $t_{hitung} 5,960 > t_{tabel} 1,98580$ yang berarti terdapat pengaruh sosial media marketing terhadap minat berkunjung. Selain itu, pada uji-t untuk variabel X2 diperoleh $t_{hitung} 4,989 > t_{tabel} 1,98580$ yang berarti terdapat pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung. Pada uji koefisien determinasi diperoleh persentase pengaruh sosial media marketing dan daya tarik wisata terhadap minat berkunjung sebesar 69%. Dari beberapa uji tersebut, menggunakan taraf signifikansi statistik yang-kuat $0.001 < 0.05$. Oleh karena itu, dari hasil temuan penelitian ini menginformasikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara media sosial marketing dan daya tarik wisata atau atraksi wisata terhadap minat berkunjung atau ingin pergi ke wisata yang berada di geowisata teksas wonocolo kecamatan kedewan kabupaten bojonegoro.

ABSTRACT

Rahayu, A. M. S., 2024. *The Influence of Social Media Marketing and Tourist Attraction on Interest in Visiting Geotourism in Texas, Wonocolo, Kedewan District, Bojonegoro Regency*. Thesis, Economic Education Study Program, Faculty of Social Sciences Education, IKIP PGRI Bojonegoro, Supervisor (I) Ali Mujahidin, S. Pd., M. M (II) Rika Pristina F. A. M. Pd.

Social media is one of the easiest digital marketing tools to use for promoting Texas Wonocolo geopark tourism. In the current era, the use of social media as a tourism promotion tool has become very important. However, in reality this has not been able to attract the interest of many visitors. So we need social media marketing that can attract visitors to travel to Texas Wonocolo.

This research study was conducted to determine tourists' interest in visiting with the presence of social media marketing and tourist attractions. This research uses a quantitative approach which is measured using a Likert scale. The sample used in this research was 96 people. The data collection technique used in this research is a questionnaire to determine tourists' interest in visiting. Data analysis techniques used in this research include classical assumption tests (normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, and autocorrelation test), multiple linear regression test, and hypothesis testing via f-test, t-test, and coefficient of determination test (R^2). Apart from that, the data analysis techniques used in this research also include validity and reliability tests to determine the validity and consistency of this research data.

From the results of data analysis, the resulting findings show that $f_{count} 104.662 > f_{table} 3.09$, which means that there is an influence of social media marketing and tourist attractions on tourists' interest in visiting. Meanwhile, in the t-test, t_{count} was $5.960 > t_{table} 1.98580$, which means there is an influence of social media marketing on visiting interest. Apart from that, in the t-test for variable In the coefficient of determination test, the percentage of influence of social media marketing and tourist attractions on visiting interest was 69%. From several of these tests, a strong statistical significance level of $0.001 < 0.05$ is used. Therefore, the findings of this research inform us that there is a significant influence between social media marketing and tourist attractions or tourist attractions on interest in visiting or wanting to go to tourism in the Geotourism area of Texas, Wonocolo, Kedewan sub-district, Bojonegoro regency.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Alhamdulillah segala puji penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT. Karena berkat Rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN DAYA TARIK WISATA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG GEOWISATA TEKSAS WONOCOLO KECAMATAN KEDEWAN KABUPATEN BOJONEGORO” guna memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Prodi Pendidikan Ekonomi Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial IKIP PGRI Bojonegoro.

Dalam penyusunan proposal ini banyak hambatan serta rintangan yang dihadapi oleh penulis namun pada akhirnya dapat terselesaikan berkat adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara moral atau spiritual. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Dr. Junarti, M. Pd. Selaku Rektor IKIP PGRI Bojonegoro
2. Fruri Stevani, M. Pd. Selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial.
3. Ali Mujahidin, S. Pd., M. M. dan Rika Pristian F. A. M. Pd. Selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan arahan dan masukan selama penyusunan skripsi, kesabaran dan tanggung jawab sebagai pembimbing sangat saya banggakan.
4. Seluruh Dosen IKIP PGRI Bojonegoro khususnya jurusan pendidikan Ekonomi.

5. Orang tua terkasih yang selalu memberikan semangat dan tak henti-hentinya mendoakan.
6. Teman-temanku Pendidikan Ekonomi Angkatan 2020 yang seperjuangan yang selalu memberikaan motivasi selama kuliah.
7. Dan semua pihak yang telah membantu skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Namun penulis telah berusaha sekuat tenaga dan pikiran untuk memperoleh hasil skripsi dengan baik. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya.

Bojonegoro, 24 Juli 2024

Adis Meliya Suci Rahayu

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	10

E. Definisi Operasional.....	11
BAB II.....	13
KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA TEORITIS, KERANGKA BERPIKIR, DAN HIPOTESIS.....	13
A. Kajian Pustaka.....	13
B. Kerangka Teoritis.....	16
C. Kerangka Berpikir.....	30
D. Hipotesis.....	32
BAB III.....	34
METODE PENELITIAN.....	34
A. Pendekatan Penelitian.....	34
B. Tempat Dan Waktu Penelitian.....	34
C. Populasi, Sampel, Dan Sampling.....	34
D. Teknik Pengumpulam Data.....	37
E. Teknik Analisis Data.....	42
F. Teknik Validasi Data.....	47
BAB IV.....	49
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
A. Hasil Penelitian.....	49
B. Hasil Uji Instrumen.....	51
C. Pembahasan.....	62

BAB V.....	67
PENUTUP.....	67
A. Kesimpulan.....	67
B. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....	70

DAFTAR TABEL

Table 1.1 Jumlah Kunjungan Texas Wonocolo	3
Table 2.1 Skala Likert	38
Table 3.1 Instrumen Social Media Marketing.....	40
Table 3.2 Instrumen Daya Tarik Wisata.....	41
Table 3.3 Instrumen Minat Berkunjung.....	41
Table 4.1 Kriteria Hasil Nilai Reabilitas.....	48
Table 5.1 Klasifikasi Responden Pernah Atau Tidak Pernah Berkunjung	50
Table 5.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Alamat Tempat Tinggal	50
Table 5.3 Rekapitulasi Uji Validitas Variabel X1.....	51
Table 5.4 Rekapitulasi Uji Validitas Variabel X2.....	52
Table 5.5 Rekapitulasi Uji Validitas Variabel Y.....	52
Table 5.6 Rekapitulasi Uji Reabilitas Variabel X1 Dan Y.....	52
Table 5.7 Rekapitulasi Uji Variabel X2.....	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penggunaan Internet dan Social Media Di Indonesia.....	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian	31

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kartu Bimbingan Skripsi Pembimbing 1

Lampiran 2 Kartu Bimbingan Skripsi Pembimbing 2

Lampiran 3 Surat Keterangan Selesai Bimbingan

Lampiran 4 Kuesioner Penelitian

Lampiran 5 Jawaban Kuesioner Penelitian

Lampiran 6 Dokumentasi Penelitian

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dari website Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Bojonegoro, dengan ditetapkan nya Bojonegoro sebagai Geopark Nasional pada Bulan 2017 dengan tema “Petroleum Geopark Dan Hampanan Minyak Bumi”. dimana wonocolo merupakan geosite yang ada didalam Geopark Bojonegoro, karena ditempat ini tersingkap batuan yang mewakili sistem petroleumdand adanya pengambilan minyak tradisional disumur-sumur tinggalan belanda pada zaman dahulu. Minyak bumi diambil secara tradisional dengan mesin-mesin mobil menggunakan rig-rig dan kayu jati. Puncak antiklin wonocolo mempunyai ketinggian kurang lebih 450m diatas permukaan air laut, sedangkan pemboran paling dangkal sekitar 200m dari puncak lipatan. Sehingga ketinggian minyak diambil masih berada diatas permukaan air laut.

Desa Kedewan Kecamatan Kedewan Kabupaten Bojonegoro yang berada dibawah pertambangan minyak bumi dapat memberikan keuntungan bagi penduduk yang tinggal didaerah pertambangan minyak bumi tersebut. Mata pencaharian penduduk desa tersebut sebagian besar adalah penambang minyak tanah mandiri. sedangkan para remaja didesa tersebut sebagian besar bekerja sebagai buruh-buruh dikota besar.

Hal ini membuktikan bahwa pemboran minyak tradisional wonocolo adalah yang paling dangkal seluruh inndonesia, bahkan dunia.

Geosite wonocolo saat ini dikembangkan menjadi geologi dengan sebutan
Teksas

Wonocolo karena kondisi lingkungannya yang mirip dengan lokasi minyak Texas Amerika, Teksas sendiri merupakan singkatan dari Tekat Selalu Aman Dan Sejahtera. Dengan dikembangkan Teksas Wonocolo menjadi wisata tentu bisa menjadi opsi bagi warga sekitar untuk mendapatkan penghasilan lain dengan menjual makanan khas Teksas Wonocolo atau membuat merchandise dengan icon Teksas Wonocolo yang bisa dijual kepada pengunjung.

Menggunakan media sosial, pengunjung dapat mengumpulkan informasi secara langsung dari pengunjung lain dan membuat keputusan tentang tujuan atau pengalaman. Pengumpulan informasi dimungkinkan melalui blogging, berbagi pengalaman penulisan cerita yang dapat dipublikasikan di situs internet pribadi pengunjung, situs tujuan, atau situs jaringan. Konten blog, cerita, dll, dihasilkan terutama oleh pengunjung yang telah mengalami tujuan tersebut, sehingga informasi tersebut didasarkan pada opini dan pengalaman otentik yang dirasakan. Platform rekomendasi yang mengkhususkan diri pada pariwisata seperti gogobot.com, trippy.com, wanderfly.com, tripit.com, tripwolf.com, tripadviser.com serta konten online adalah salah satu sumber informasi terpenting dalam pariwisata (Zheng, Luo, & Shang, 2022). Melalui media internet memungkinkan pengunjung berkomunikasi tidak hanya memberikan informasi mengenai tempat tujuan wisata tetapi juga berkomunikasi dengan pengunjung yang baru, sehingga mereka mempertimbangkan tempat wisata yang baik untuk dikunjungi (Hermawan, *et al.*, 2022).

Tabel 1.1
Jumlah kunjungan ke Teksas wonocolo

Tahun	Bulan	Wisatawan		Jumlah
		Domestik	Asing	
2022	Mei	167	5	172
	Juni	215	2	217
	Juli	95	0	95
	Agustus	275	7	282
2023	September	141	5	146
	Oktober	95	10	105
	November	155	15	170
	Desember	135	6	141
2024	Januari	200	9	209
	Februari	157	10	167
Jumlah				1.704

Sumber : Buku kunjungan museum geopark teksas wonocolo

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa Teksas Wonocolo belum begitu banyak pengunjungnya, sehingga teksas wonocolo harus dikembangkan melalui Social Media Marketing seperti instagram, youtube dan lain sebagainya. Dalam pengembangan pariwisata tidak terlepas dari strategi pemasaran yang kreatif agar wisatawan tertarik dan memutuskan untuk melakukan kunjungan. Menurut Aulia dan Yulianti (2019) keputusan berkunjung merupakan suatu tindakan yang disimpulkan dari pilihan-pilihan yang diambil untuk datang ke suatu tempat. Sebagai upaya meningkatkan jumlah kunjungan pemerintah dan pihak pengelola wisata harus mencermati faktor pendorong dan alasan yang kuat untuk wisatawan melakukan kunjungan. Salah satunya adalah memanfaatkan kecanggihan teknologi informasi saat ini yaitu dengan social media marketing. Social media marketing saat ini dapat digunakan sebagai media promosi digital. Tujuan dari promosi melalui media sosial

adalah untuk membangun citra positif yang kuat bagi wisatawan dalam rangka menghasilkan daya tarik wisata. Sebab, ketika wisatawan menilai dan mengevaluasi suatu tempat wisata, persepsi tempat wisata adalah komponen kunci untuk melakukan kunjungan atau tidak. Media sosial merupakan salah satu strategi yang tepat di era digital saat ini. Berikut adalah gambar yang memperlihatkan data tren pengguna internet dan media sosial pada tahun 2023 di Indonesia:



Penggunaan internet dan social media di Indonesia 1 ahun 2023

Sumber: <http://andi.link> (2023)

Berdasarkan gambar diatas menjelaskan perkembangan intrografis pengguna media sosial. Total pengguna mencapai 191,4 juta pengguna, yang berarti mayoritas penggunaan internet untuk bersosialisasi melalui media sosial. Jumlah pengguna media sosial ini mencapai 68,9% dari jumlah total penduduk Indonesia. Media sosial merupakan cara yang dilakukan untuk membagikan sebuah informasi berupa teks, gambar, audio, dan video kepada orang lain (Kotler dan Keller, 2016). Banyak aktivitas penggunaan media sosial dalam masyarakat mulai dari mencari informasi, menemukan ide-ide baru dan inspirasi bisnis, berhubungan

dengan teman dan keluarga, mengisi waktu luang, mengikuti berita dan kejadian terkini, dan lain sebagainya.

Pengunjung sekarang ini memiliki banyak pilihan tujuan untuk dipilih, tetapi lebih sedikit waktu untuk melakukan keputusan berkunjung. Agar destinasi wisata berhasil dipromosikan di pasar yang ditargetkan, destinasi harus dibedakan dari para pesaingnya sehingga mampu menghasilkan keuntungan. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi serta penggunaannya yang meningkat telah secara radikal mengubah hubungan antara destinasi dan pengunjungnya. meningkatnya peran media sosial dalam pariwisata tidak dapat disangkal lagi, memanfaatkan media sosial ke tujuan pasar telah terbukti menjadi strategi yang sangat baik. Internet telah merevolusi bisnis tujuan wisata, baik sebagai sumber informasi maupun sebagai saluran penjualan. Ulasan pengunjung, foto, video, cerita dan rekomendasi, pemasaran online membawa tujuan lebih dekat ke pengunjung potensial di mana pun mereka berada.

Keberadaan Teksas Wonocolo itu adalah salah satu lokasi wisata potensial yang terletak dikecamatan kedewan kabupaten bojonegoro. Kenapa potensial? Karena secara geografis kondisi kabupaten bojonegoro itu ril dari batuan kapur tersebut. Sehingga didaerah wonocolo itu banyak sumur tua yang sampe sekarang itu beberapa juga masih exsis.

Sosial media saat ini menjadi hal yang wajib diminati oleh masyarakat di indonesia karena maraknya pengguna gojek misalnya. Kemudian jika dahulu penyebaran berita atau promosi itu melalui

selebaran koran, berita tv, radio atau media elektronik. Saat ini semua itu akan beralih menggunakan sosial media. Sosial media adalah sarana yang dilakukan oleh orang-orang untuk berinteraksi satu sama lain dengan cara menciptakan berbagai, serta bertukar informasi dan gagasan dalam sebuah jaringan. Salah satu situs media sosial yang paling banyak digunakan untuk mengumpulkan informasi rekomendasi tempat wisata adalah Instagram.

Melalui kekuatan foto, media sosial Instagram menarik perhatian traveller untuk berkunjung ke objek-objek wisata dengan suguhan yang menarik. Artinya kehadiran Social Media Marketing akan sangat efektif untuk mempromosikan dan meningkatkan minat berkunjung bagi wisatawan atau *traveler* ke sebuah destinasi wisata. Namun sebaliknya, apabila Social Media Marketing digunakan tidak secara efektif seperti tidak adanya postingan-postingan yang menarik dari objek wisata, terlalu jarang posting dan kurangnya memberi informasi tentang objek wisata tersebut maka akan menurunkan minat wisatawan untuk berkunjung. Social Media Marketing menjadi sistem yang memungkinkan pemasar untuk terlibat, berkolaborasi, berinteraksi dan memanfaatkan kecerdasan orang-orang yang berpartisipasi didalamnya untuk tujuan pemasaran. Dengan demikian para pengelola objek wisata dituntut untuk menyajikan konten yang menarik terhadap objek wisata agar dapat menarik minat untuk berkunjung.

Media sosial memungkinkan destinasi untuk menghubungi pengunjung dengan biaya yang relatif rendah dan tingkat efisiensi

yang lebih tinggi yang dapat dicapai dengan alat komunikasi yang lebih tradisional. Jika destinasi ingin memperkuat pasar pariwisata global yang sangat kompetitif, destinasi harus dapat dibedakan dari kompetisi. Destinasi adalah tempat tujuan perjalanan orang dan tempat, mereka memilih untuk tinggal selama periode tertentu dan dapat dikenali sebagai konsep perseptual, ditafsirkan secara subyektif oleh pengunjung, di mana kombinasi dari semua produk, layanan, dan pengalaman disediakan secara lokal. Destinasi juga dianggap sebagai wilayah geografis yang dipahami oleh pengunjung sebagai entitas unik dimana fasilitas dan layanan dirancang untuk memenuhi kebutuhan pengunjung.

Wisata teksas wonocolo sendiri identik dengan wisata alamnya yang indah dan asri. Namun selain objek wisata alam, Wisata juga memiliki spot foto-foto yang sangat bagus dari pemandangan yang menarik, seperti di pegunungan. yang menjadi daya tarik bagi wisatawan, namun pengunjung belum banyak yang mengetahui adanya makanan ciri khas teksas wonocolo yaitu nasi gulung. Hal tersebut terbukti oleh adanya survei yang dilakukan oleh peneliti pada hari kamis tanggal 11 januari 2024, dimana 3 dari 20 responden menyatakan bahwa mereka hanya mengetahui wisata alam berupa spot foto saja yang disuguhkan di Wisata teksas wonocolo tersebut.

Melihat pada perkembangan media sosial Wisata teksas wonocolo yang memanfaatkan peluang media social marketing dalam memasarkan jasa dan daya tariknya, peneliti tertarik untuk meneliti tentang pengaruh

dari media sosial terhadap minat pengunjung. Fenomena yang paling utama adalah karena kehadiran pengguna media sosial yang mencakup masyarakat banyak sehingga sangat efektif dalam menjangkau khalayak. Citra destinasi pun juga harus dijaga, sebab menjaga kepercayaan wisatawan, menjaga kenyamanan, keamanan dan kepuasan dari pengunjung akan dapat meningkatkan rasa loyal dari pengunjung sehingga wisatawan akan sendirinya mempromosikan lokasi wisata kepada rekan, teman, dan kerabatnya.

Sehingga Tempat wisata pada akhirnya dituntut untuk lebih meningkatkan minat pengunjung serta dapat memberikan peluang pemasaran dengan langsung berhubungan dengan masyarakat dan mengembangkan daya tarik. Keputusan berkunjung merupakan suatu tindakan yang disimpulkan dari pilihan-pilihan yang diambil untuk datang ke suatu tempat. Sebagai upaya meningkatkan jumlah kunjungan pemerintah dan pihak pengelola wisata harus mencermati faktor pendorong dan alasan yang kuat untuk wisatawan melakukan kunjungan. Salah satunya adalah memanfaatkan kecanggihan teknologi informasi saat ini yaitu dengan media sosial. Media sosial saat ini dapat digunakan sebagai media promosi digital. Tujuan dari promosi melalui media sosial adalah untuk membangun citra positif yang kuat bagi wisatawan dalam rangka menghasilkan daya tarik wisata. Sebab, ketika wisatawan menilai dan mengevaluasi suatu tempat wisata, persepsi tempat wisata adalah komponen kunci untuk melakukan kunjungan atau tidak. Media sosial merupakan salah satu strategi yang tepat di era digital saat ini.

Wisata Teksas Wonocolo memiliki area yang luas, namun belum didukung oleh beragam wahana yang mampu menarik perhatian pengunjung, dan hal ini masih jadi pertimbangan pihak pengelola Wisata Teksas wonocolo untuk terus mengembangkan berbagai wahana yang menarik bagi pengunjung dan spot foto yang menarik. Belum tercapainya target maksimal tersebut yang menjadi persoalan bagi pihak pengelola Kemudian inilah yang membuat lokasi wisata sangat berpotensi, namun sejak dibukanya Teksas Wonocolo pada tahun 2015 oleh Bupati Bojonegoro yaitu Bapak Suyoto dan GM Pertamina Bapak Agus Amperianto. Teksas Wonocolo itu belum dikenal oleh masyarakat ataupun wisatawan. Wisata Teksas Wonocolo guna meningkatkan minat pengunjung datang. Berdasarkan permasalahan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dan mengkaji serta mengetahui bagaimana pengaruh media social marketing, dan daya tarik terhadap minat kunjungan wisata teksas wonocolo, dengan mengangkat judul **“Pengaruh Social Media Marketing Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Geowisata Teksas Wonocolo Kecamatan Kedewan Kabupaten Bojonegoro”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka permasalahan yang ingin dibahas dalam penelitian ini, adalah:

1. Apakah ada pengaruh *social media marketing* terhadap minat berkunjung geowisata teksas wonocolo kecamatan kedewan kabupaten bojonegoro?
2. Apakah ada pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung

geowisata teksas wonocolo kecamatan kedewan kabupaten bojonegoro?

3. Apakah ada pengaruh *social media marketing* dan daya tarik wisata terhadap minat berkunjung geowisata secara simultan teksas wonocolo kecamatan kedewan kabupaten bojonegoro?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh *social media marketing* terhadap minat berkunjung geowisata teksas wonocolo kecamatan kedewan kabupaten bojonegoro.
2. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung geowisata teksas wonocolo kecamatan kedewan kabupaten bojonegoro.
3. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh *social media marketing* dan daya tarik wisata terhadap minat berkunjung geowisata teksas wonocolo kecamatan kedewan kabupaten bojonegoro.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, yaitu Pengaruh *Media Social Marketing* dan Daya Tarik Wisata terhadap minat kunjungan wisatawan diteksas wonocolo kecamatan kedewan kabupaten bojonegoro yang berkaitan pemasaran pariwisata.

2. Secara Praktis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan mampu dijadikan sarana untuk menambah kajian keilmuan tentang *Media Social Marketing* dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan.

b. Bagi Pengelola

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan pertimbangan bagi pengelola tempat wisata untuk semakin meningkatkan kualitas *media social marketing* dan jumlah kunjungan wisatawan.

c. Bagi wisata teksas wonocolo

Sebagai suatu bahan referensi untuk mengetahui pengaruh *media social marketing* terhadap minat berkunjung wisatawan ditekass wonocolo kecamatan kedewan kabupaten bojonegoro.

E. Definisi Operasional

Dalam penelitian ini, beberapa istilah atau definisi operasional akan dijelaskan oleh peneliti untuk menghindari kesalahan dalam mengartikannya.

1. Social Media Marketing

Social Media Marketing merupakan suatu aktivitas pemasaran yang digunakan dalam pembuatan Content Creation, Content Sharing, Connecting dan Community.

2. Daya Tarik Wisata

Daya tarik adalah segala sesuatu yang menarik dan mempunyai nilai seperti Menarik , Nyaman , dan Aman.

3. Minat Berkunjung

Minat berkunjung merupakan kekuatan pendorong untuk minat dan keinginan seseorang yang menyebabkan seseorang menaruh perhatian pada suatu objek yang dia sukai yang berdampak pada peningkatan pasar. Minat berkunjung ini memiliki indikator transaksional, refrensial, prefensial, eksplorati.