

## ABSTRAK

. Pariwisata merupakan lahan bisnis yang cukup menjanjikan, hal ini dikarenakan kegiatan berwisata sudah masuk dalam faktor kebutuhan manusia. Salah satu Destinasi Wisata yang menarik lainnya yang sedang dilirik oleh pemerintah daerah dan dikelola oleh masyarakat adalah Desa Wisata Blue Lagoon yang berlokasi di Kabupaten Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penggunaan fitur sosial media Instagram pada Instagram @bluelagoonjogja, mengetahui minat berkunjung wisatawan Desa Wisata Blue Lagoon, dan mengetahui berapa besar pengaruh penggunaan fitur sosial media Instagram terhadap minat berkunjung wisatawan ke Desa Wisata Blue Lagoon. Hasil analisis regresi linear sederhana didapat nilai konstanta sebesar 0,61 dan koefisien korelasi sebesar 0,80. Berdasarkan hasil Uji t, didapatkan nilai probabilitas sebesar 0,00 yang berarti hipotesis diterima. Pada hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai sebesar 63%. Berdasarkan hasil diperoleh dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh penggunaan fitur sosial media Instagram terhadap minat kunjungan desa wisata blue lagoon, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Kata Kunci: Desa Wisata Blue Lagoon, Penggunaan Fitur Sosial Media Instagram, Minat Berkunjung Wisatawan

## ABSTRACT

Tourism is a promising business field, as travel activities have become a fundamental human need. Another interesting tourist destination currently being considered by local governments and managed by the community is the Blue Lagoon Tourist Village located in Sleman Regency, Special Region of Yogyakarta Province. This research aims to understand the usage of Instagram social media features on Instagram @bluelagoonjogja, determine tourists' interest in visiting the Blue Lagoon Tourist Village, and ascertain the extent of the influence of Instagram social media feature usage on tourists' interest in visiting the Blue Lagoon Tourist Village. The results of simple linear regression analysis revealed a constant value of 0.61 and a correlation coefficient of 0.80. Based on the t-test results, a probability value of 0.00 was obtained, indicating that the hypothesis is accepted. The coefficient of determination test resulted in a value of 63%. Based on the findings, it can be concluded that there is an influence of Instagram social media feature usage on the interest in visiting the Blue Lagoon tourist village, Sleman Regency, Special Region of Yogyakarta.

Keywords: Blue Lagoon Tourist Village, Instagram Social Media Feature Usage, Tourists' Interest in Visiting