

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi Indonesia saat ini terus menunjukkan kemajuan yang positif dengan meningkatnya pendapatan negara melalui pengembangan sektor pariwisata. Indonesia, sebagai negara berkembang, memiliki kekayaan alam dan keanekaragaman budaya yang dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan jika dikelola secara profesional. Pariwisata tidak hanya memberikan manfaat ekonomi seperti peningkatan devisa dan penciptaan lapangan kerja, tetapi juga merangsang pertumbuhan industri pariwisata secara keseluruhan. Oleh karena itu, pengembangan sektor pariwisata merupakan langkah penting dalam memicu pertumbuhan ekonomi di berbagai negara (Aponno, 2020) . Minat wisata yaitu sebuah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang dengan tujuan rekreasi dan hiburan serta memiliki persiapan tentang kegiatan perjalanan ini menurut UU No.10 Tahun 2009 tentang pariwisata yaitu berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat (Sondakh & Tumbel, 2016).

Menurut Pitana, (2009), konsep pariwisata mengandung kata '*perjalanan*' (*tour*) yang dilakukan seseorang, yang melancong demi kesenangan untuk sementara waktu, bukan untuk menetap atau bekerja. Hal yang membedakan definisi wisata dimasa lalu dan sekarang adalah jika dimasa dulu aktivitas wisata adalah untuk kesenangan belaka, kini kegiatan wisata

harus direncanakan, dilaksanakan, dan dinikmati secara serius yang kemudian mengakibatkannya tidak lagi sederhana (AK, 2015). Di sisi lain, Undang-Undang No.10 Tahun 2009 mendefinisikan wisata sebagai kegiatan individu atau kelompok yang berkunjung ke tempat-tempat tertentu untuk berlibur. Melalui liburan, masyarakat dapat melepaskan diri dari rutinitas sehari-hari dan merasakan relaksasi.

Wisatawan Mancanegara (Wisman)



Gambar 1 1Kunjungan Wisatawan Mancanegara (Wisman)

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur

Perkembangan sektor pariwisata merupakan penghasil pendapatan yang tinggi bagi suatu negara dan menjadi pendorong dalam pembangunan ekonomi. Menurut Badan Pusat Statistik Jawa Timur pada bulan Januari 2024, terjadi penurunan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) ke Jawa Timur melalui pintu masuk Juanda sebanyak 17.196 kunjungan jika

dibandingkan dengan kondisi pada bulan Desember 2023 (www.jatim.bps.go.id, 2024). Meskipun demikian, terdapat peningkatan signifikan sebesar 59,56 persen dalam jumlah kunjungan wisman bulan Januari 2024 jika dibandingkan dengan jumlah kunjungan pada bulan Januari 2023 yang hanya sebanyak 10.777 kunjungan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun terjadi penurunan dari bulan sebelumnya, namun secara keseluruhan terjadi tren kenaikan jumlah kunjungan wisman jika dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun sebelumnya. Hal ini bisa mencerminkan perubahan tren wisatawan mancanegara yang lebih memilih atau tertarik untuk mengunjungi Jawa Timur pada bulan Januari 2024 dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Hal ini bisa dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk promosi pariwisata yang lebih intensif, peningkatan infrastruktur, atau mungkin adanya peristiwa khusus atau acara yang menarik perhatian wisatawan.

Kabupaten Madiun, dengan luas wilayahnya yang mencapai 1.010,86 km persegi, menarik perhatian para wisatawan dengan beragam destinasi wisata yang menakjubkan. Dari puncak-puncak gunung yang menantang hingga keindahan bendungan yang menenangkan, Kabupaten Madiun menawarkan pengalaman liburan yang berkesan bagi para pengunjungnya. Tingginya minat terhadap destinasi ini tercermin dalam lonjakan signifikan jumlah wisatawan yang berkunjung. Menurut data dari BPS tahun 2023, jumlah wisatawan domestik yang mengunjungi Kabupaten Madiun mencapai 460.258, meningkat secara signifikan dari tahun sebelumnya yang hanya mencapai 119.738 pengunjung (agtvnews.com). Fakta ini menunjukkan bahwa

pesona wisata Kabupaten Madiun semakin dikenal dan diminati oleh para pelancong, baik dari dalam maupun luar negeri. Sebagai wilayah yang strategis, tidak hanya memiliki potensi ekonomi yang kuat, tetapi juga menawarkan ragam destinasi wisata yang menarik. Dari pesona alam yang memikat hingga situs-situs bersejarah yang kaya akan nilai budaya, Madiun menyuguhkan pengalaman wisata yang beragam. Wisatawan dapat menemukan ketenangan di tengah alam yang indah atau merenungkan kebesaran sejarah dan spiritualitas di situs-situs religi. Keberagaman obyek wisata ini menjadikan Madiun sebagai tujuan yang menarik bagi para pelancong yang mencari pengalaman yang berbeda dan berharga. Berikut adalah rangkuman dari berbagai destinasi wisata buatan dan alam yang tersedia di Kabupaten Madiun.

Tabel 1 1 Destinasi Wisata di Kabupaten Madiun

No	Nama Wisata
1	Monumen Keganasan PKI Tahun 1945 Madiun
2	Air terjun Selampir
3	Bendungan Bening Widas
4	Waduk Saradan
5	Situs Wonorejo
6	Taman Wisata Umbul Square
7	Wana Wisata Grape
8	Desa Wisata Brumbun
9	Wisata Watu Rumpuk Mendak
10	Wisata Nongko Ijo

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Madiun

Dari berbagai destinasi wisata yang tercantum dalam tabel di atas, peneliti telah memilih tiga tempat wisata sejenis, yaitu Wana Wisata Grape, Wisata Watu Rumpuk Mendak, dan Taman Wisata Umbul Square. Taman Wisata Umbul Square Dolopo Kabupaten Madiun dipilih karena cocok untuk

keluarga dan anak-anak menjalani akhir pekan atau liburan panjang. Terletak di Kecamatan Dolopo, tempat wisata ini sangat populer di kalangan masyarakat Keresidenan Madiun. Selain itu, Taman Wisata Umbul Square Dolopo Kabupaten Madiun telah ditetapkan sebagai lembaga konservasi satwa untuk area Jawa Timur bagian barat. Wahana yang tersedia di sini mencakup berbagai atraksi seperti bianglala raksasa, kora-kora, taman amarta, komidi putar, kolam renang air belerang, kebun binatang mini, tempat bermain anak, waterboom, bak tumpah, roller coaster, bioskop 3D, dan wisata sejarah. Fasilitas pendukung yang tersedia meliputi tempat parkir yang luas, tempat istirahat, tempat ibadah, kafe, dan pesanggrahan atau gedung pertemuan dengan kapasitas 100 kursi. Berdasarkan Observasi yang dilakukan oleh peneliti diperoleh perbandingan gambaran dari 3 wisata sejenis di Kabupaten Madiun sebagai berikut:

Tabel 1 2 Perbandingan 3 (tiga) wisata di Kabupaten Madiun

No	Perbedaan	Wana Wisata Grape	Wisata Watu Rumpuk Mendak	Taman Wisata Umbul Square
1	Produk	Arum jeram Spott Foto Taman bermain Outbound	Sepeda Udara Pendakian Gunung tapak bimo Ayunan Udara Outbound Seni Karawitan Flaying Fox Paket Edukasi wisata (pengolahan coklat, kopi)	Waterboom Kebun binatang Mini Outbound Kids Wahanan Bermain Kolam pemandian Blerang Kolam terapi Ikan
2	Lokasi	Buka setiap hari Pukul 07.00- 17.00 Desa Kresek wungu, area kebun & Hutan Kec. Kare, Kabupaten Madiun Luas 1,5 Hektar	Buka setiap hari pukul 07.00-17.00 Desa. Mendak, dagangan, Kabupaten Madiun Luas 1,8 hektar	Buka setiap hari pukul 08.00-17.00 Jl.Pesanggrahan Umbul Letak strategis berada di dekat jalan raya, mudah diakses Luas 1,9 hektar

3	Harga	Tiket masuk 5.000-10.000 Tiket wahana 10.000-15.000 Parkir 2000-5000	Tiket Masuk 5.000-10.000 Tiket wahana 15.000-35.000 Parkir 3000-5000	Tiket Masuk Rp. 10.000-20.000 Tiket Wahana 5.000-10.000 Parkir 3.000-5000
4	Promosi	Media sosial dan event	Media sosial, event- event, website	Media sosial, website dan event-event
5	Pelayanan	Penjaga tiket masuk 2 orang Penjaga parkir 2 orang	Penjaga tiket 2 orang Penjaga wahana 1 orang/ wahana Penjaga parkir 2 orang	Penjaga tiket masuk dan wahanan 7 orang Penjaga Parkir 3 orang Operator wahana 6 orang
6	Fasilitas	Jogging Track Rumah Makan Taman Bermain Anak Penginapan Toilet Gazebo Area Parkir	Area Parkir Balai pertemuan Cafetaria Toilet Kuliner Souvenir Selfie Area Wifi Area Mushola	Mushola Gazebo Kursi pengunjung Toilet Spot Foto Sumber air belerang Pendopo Full musik Bioskop 9D Taman amarta Pusat oleh-oleh Taman Stand makanan Kolam renang Kolam terapi ikan Kebun binatang mini Area parkir luas

Berdasarkan data yang tercantum dalam Tabel 2, dapat disimpulkan bahwa Taman Wisata Umbul Square Dolopo Kabupaten Madiun memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan Wana Wisata Grape dan Wisata Watu Rumpuk Mendak. Taman Wisata Umbul Square Dolopo Kabupaten Madiun menonjol dengan keberagaman produk, lokasi strategis, pelayanan yang memuaskan, dan fasilitas yang lebih lengkap jika dibandingkan dengan dua destinasi wisata lainnya. Taman Wisata Umbul Square Dolopo menghadapi beberapa masalah dalam penggunaan media sosial Instagram, khususnya terkait konten, komunikasi, dan kolaborasi.

Pertama, konten yang kurang konsisten dan kreatif membuat daya tarik visual destinasi ini tidak maksimal dan tidak mampu menarik perhatian pengguna Instagram secara optimal. Kedua, komunikasi dengan calon pengunjung sering kali kurang responsif dan informatif, yang dapat menurunkan minat mereka untuk berkunjung. Terakhir, kurangnya kolaborasi dengan influencer dan komunitas lokal membatasi jangkauan promosi destinasi ini. Kolaborasi yang efektif dengan influencer dapat membantu memperluas audiens dan meningkatkan kredibilitas tempat wisata. Oleh karena itu, untuk mengatasi masalah ini, perlu ada strategi konten yang lebih baik, komunikasi yang lebih responsif, dan kemitraan strategis dengan berbagai pihak untuk meningkatkan citra dan daya tarik Umbul Square Dolopo di Instagram. Instagram, dengan kemampuannya untuk berbagi foto dan video, memungkinkan pengguna untuk melihat keindahan dan keunikan destinasi wisata ini secara langsung. Secara keseluruhan, Instagram berfungsi sebagai alat promosi yang sangat efektif untuk Taman Umbul Square Dolopo untuk meningkatkan minat berkunjung. Dengan mengatasi kekurangan-kekurangan ini, manajemen Taman Wisata Umbul Square Dolopo Kabupaten Madiun dapat meningkatkan pengalaman pengunjung dan memperbaiki citra tempat wisata mereka. Oleh karena itu, berdasar kan keunggulan dan keunggulan yang telah disebutkan, peneliti telah memilih Taman Wisata Umbul Square Dolopo Kabupaten Madiun sebagai objek yang akan diteliti lebih lanjut. Untuk menambah pemahaman tentang popularitas dan potensi

destinasi tersebut, berikut disajikan data jumlah pengunjung Taman Wisata Umbul Square Dolopo Kabupaten Madiun pada tahun 2022-2023 sebagai berikut:

Tabel 1 3 Jumlah Kunjungan ke Taman Wisata Umbul Square

No	Bulan	Jumlah Kunjungan 2022	Jumlah Kunjungan 2023
1	Januari	13.204	19.911
2	Februari	8.379	6.505
3	Maret	7.502	7.722
4	April	5.099	10.715
5	Mei	6.547	2.595
6	Juni	23.455	24.646
7	Juli	14.757	10.968
8	Agustus	3.748	4.299
9	September	11.356	21.215
10	Oktober	8.822	9.762
11	November	12.639	8.639
12	Desember	40.925	35.926
Jumlah Pengunjung		156.433	140.703

Sumber: Data bagian pendapatan Taman Wisata Umbul Square

Kunjungan ke Taman Wisata Umbul Square Dolopo Kabupaten Madiun mengalami fluktuasi yang signifikan antara tahun 2022 dan 2023. Pada tahun 2022, jumlah pengunjung cenderung stabil di awal tahun, namun kemudian mengalami peningkatan yang selama musim liburan. Sebaliknya, pada tahun 2023, terjadi fluktuasi, dengan jumlah pengunjung yang naik dan turun secara tidak teratur sepanjang tahun. Faktor-faktor seperti kondisi ekonomi, promosi wisata, dan perubahan tren liburan dapat memengaruhi fluktuasi ini. Dengan memahami pola kunjungan yang fluktuatif ini, manajemen Taman Wisata Umbul Square Dolopo Kabupaten Madiun dapat mengambil langkah-langkah strategis untuk mengoptimalkan pengalaman pengunjung dan meningkatkan daya tarik wisata. Data menunjukkan bahwa

kunjungan wisata mencapai puncaknya pada bulan Desember, terutama karena liburan akhir tahun. Manajemen menggunakan berbagai platform media, termasuk Instagram, Facebook, dan situs web, untuk mempromosikan taman wisata Madiun Umbul Square. Akun Instagram @madiunumbulsquare, dengan 4.469 pengikut, menjadi alat promosi yang paling efektif karena kemampuannya mencapai audiens yang luas dengan cepat. Akun tersebut memberikan informasi tentang acara, kegiatan, dan spot menarik di dalam taman wisata, sehingga membantu dalam memperkenalkan tempat tersebut kepada khalayak umum..

Melalui konten yang menarik di Instagram, Taman ini berhasil menarik minat banyak orang dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan selama musim liburan tersebut. Ini menunjukkan betapa pentingnya peran media sosial, khususnya Instagram, dalam memengaruhi perilaku dan keputusan wisatawan dalam memilih destinasi liburan. Pengaruh media sosial Instagram terhadap keputusan berkunjung dapat dimediasi melalui minat berkunjung. Instagram memberikan platform bagi destinasi wisata untuk membagikan konten visual menarik, seperti foto dan video, yang dapat membangkitkan minat pengguna untuk mengunjungi tempat tersebut. Dengan melihat foto-foto menarik dan cerita inspiratif tentang suatu destinasi, pengguna Instagram dapat mengembangkan minat yang kuat untuk mengunjungi tempat tersebut. Minat ini kemudian menjadi variabel mediasi yang menghubungkan paparan konten media sosial dengan keputusan pengguna untuk melakukan perjalanan. Dengan demikian, Instagram bukan hanya berfungsi sebagai sumber

informasi, tetapi juga sebagai alat untuk membangkitkan minat yang kemudian memengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung ke destinasi tertentu.

Taman Wisata Umbul Square Dolopo Kabupaten Madiun adalah destinasi unggulan bagi keluarga yang menginginkan pengalaman seru dan beragam daya tarik. Di Taman Wisata Umbul Square, pengunjung dapat merasakan keistimewaan air belerang yang dipercaya memiliki khasiat penyembuhan kulit, sambil menikmati waterboom dengan seluncuran spiral yang mengasyikkan untuk anak-anak. Sementara itu, Taman Wisata Umbul Square Dolopo Kabupaten Madiun menawarkan berbagai wahana menarik seperti Rumah Hobbit, Komedi Putar, Kereta Mini Toyo, Kora-kora, dan Mini Zoo yang menghadirkan beragam hewan, mulai dari Elang Jawa hingga Monyet. Untuk pengalaman yang lebih ekstrem, tersedia pilihan outbond dengan flying fox dan lintasan halang rintang yang menantang. Madiun Umbul Square juga menyediakan beragam paket wisata outbond yang dapat disesuaikan dengan preferensi pengunjung. Jangan lupa untuk meresapi momen-momen berharga dengan mengabadikannya di spot-spot foto yang tersedia setelah menikmati semua wahana yang ditawarkan. Selain itu, wahana-wahana yang unik dan menarik juga dapat menjadi daya tarik utama bagi wisatawan yang mencari pengalaman baru dan berbeda. Dengan demikian, penting bagi sebuah taman wisata untuk memiliki beragam wahana yang menarik dan berkualitas guna meningkatkan daya tariknya serta memberikan pengalaman yang tak terlupakan bagi pengunjung.

Keberadaan daya tarik yang bagus, berkualitas dan menyenangkan dapat memberikan pengalaman yang memuaskan bagi pengunjung. Namun walaupun daya tarik yang dimiliki cukup lengkap pengelola Taman Wisata Umbul Square Dolopo mengalami beberapa masalah dalam daya tariknya. Pertama, kurangnya informasi yang jelas tentang atraksi yang tersedia mengurangi minat pengunjung untuk datang. Kedua, kurangnya pilihan souvenir yang menarik membuat pengalaman berbelanja di tempat ini kurang memuaskan. Ketiga, aksesibilitas yang kurang baik, ditandai dengan petunjuk arah yang minim dan kurangnya transportasi umum, menyulitkan wisatawan untuk mencapai lokasi. Terakhir, kurangnya promosi dan ulasan positif dari pengunjung sebelumnya menyebabkan citra taman wisata ini kurang dikenal dan kurang menarik bagi wisatawan potensial. Perbaikan dalam penyediaan informasi atraksi, peningkatan kualitas souvenir, perbaikan aksesibilitas, dan upaya promosi serta pengumpulan ulasan positif dapat membantu meningkatkan daya tarik Taman Wisata Umbul Square Dolopo. Dengan memahami dan meningkatkan daya tarik destinasi ini, pengelola dapat secara efektif memperkuat minat wisatawan untuk mengunjungi Taman Wisata Umbul Square Dolopo

Media sosial merupakan sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, berinteraksi, berdiskusi, berkolaborasi dan menciptakan isi dengan berbagai jenis platform yang tersedia. Adapun platform yang sering digunakan antara lain youtube, facebook, whatsapp, instagram, dan lain-lain (Novianti et al., 2020). Jayanti

dan Nelisa (2012) menyebutkan efektivitas website dan instagram dalam suatu proses promosi dapat bergantung kepada karakteristik konsumen dan juga konten yang terdapat didalamnya (Adhanisa & Fatchiya, 2017). Rizki dan Pangestuti, (2017) Dalam upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginannya, wisatawan cenderung memilih jasa pariwisata yang bisa memberikan kepuasan dan kualitas tertinggi. Walaupun secara khusus faktor penciptaan kepuasan dan kualitas tertinggi itu bervariasi, secara umum hal tersebut dipengaruhi faktor yang diantaranya terpaan iklan dan brand image (MELELO, 2023). Untuk menarik minat wisatawan, informasi detail mengenai destinasi wisata sangat penting, sehingga pengelolaan yang baik dari pihak manajemen wisata dalam memanfaatkan media sosial menjadi suatu keharusan. Melalui berbagai konten visual yang menarik, seperti foto-foto destinasi wisata, video perjalanan, dan ulasan pengguna, Instagram memberikan pengalaman virtual yang memikat bagi para pengguna. Interaksi antar pengguna, termasuk komentar, like, dan repost, juga dapat memperkuat minat wisatawan dengan memberikan informasi langsung dari pengalaman orang lain. Taman Wisata Umbul Square Dolopo menghadapi beberapa masalah dalam penggunaan media sosial Instagram, khususnya terkait konten, komunikasi, dan kolaborasi. Pertama, konten yang kurang konsisten dan kreatif membuat daya tarik visual destinasi ini tidak maksimal dan tidak mampu menarik perhatian pengguna Instagram secara optimal. Kedua, komunikasi dengan calon pengunjung sering kali kurang responsif dan informatif, yang dapat menurunkan minat mereka untuk berkunjung. Terakhir,

kurangnya kolaborasi dengan influencer dan komunitas lokal membatasi jangkauan promosi destinasi ini. Kolaborasi yang efektif dengan influencer dapat membantu memperluas audiens dan meningkatkan kredibilitas tempat wisata. Oleh karena itu, untuk mengatasi masalah ini, perlu ada strategi konten yang lebih baik, komunikasi yang lebih responsif, dan kemitraan strategis dengan berbagai pihak untuk meningkatkan citra dan daya tarik Umbul Square Dolopo di Instagram. Sebagai hasilnya, Instagram tidak hanya menjadi alat promosi yang efektif bagi industri pariwisata, tetapi juga menjadi faktor yang signifikan dalam membentuk preferensi dan keputusan wisatawan dalam memilih destinasi kunjungan mereka. Hal ini diperkuat oleh penelitian (Ardinata *et al.*, 2023) yang menyatakan bahwa media sosial mempengaruhi minat berkunjung wisatawan ke Kawasan Wisata Bukik Chinangkiek Dreampark (*Vol. 5 No. 1*, 2023). Penelitian yang dilakukan oleh Sunaryo *et al.*, (2022) juga menjelaskan bahwa promosi di media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung dan keputusan berkunjung pada seluruh Pujasera di Kota Madiun (Sunaryo, Purwanto, & Kadi, 2022).

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Tahun 2009 (UU No. 10 Tahun 2009), daya tarik wisata adalah sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia. Menurut Aprilia (2017) daya tarik wisata adalah sesuatu yang memiliki daya tarik untuk dilihat dan dinikmati yang layak dijual ke pasar wisata (Aprilia, 2017). Menurut Dephut, 2003; wiratini *et al* (2018) dalam Marpaung (2019) daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki

keunikan, keindahan dan nilai yang beranekaragam kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan wisatawan. Daya tarik utama dari Taman Wisata Alam Telaga Warna Puncak adalah keindahan danau yang menarik wisatawan dengan warna airnya yang berubah-ubah. Wisatawan juga bisa berinteraksi dengan kera-kerajinak disana dan menikmati sejuknya hijau pegunungan. Meski tidak memungkinkan untuk disebut sebagai destinasi dengan pemandangan yang megah dan mewah, namun fenomena unik airnya yang bisa berubah warna dan kesejukan Taman Wisata Alam Telaga Warna yang menjadi ciri khasnya, membuat wisatawan penasaran serta rela datang dari luar kota bahkan hingga luar negeri (D. Safitri et al., 2023). Menurut Sondakh (2016) menyebutkan daya tarik wisata sebagai segala sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat (Sondakh & Tumbel, 2016). Sementara itu Zaenuri (2012) berpendapat bawa daya tarik wisata yang didukung dengan fasilitas juga dapat meningkatkan minat dan loyalitas wisatawan. Pantai Balekambang direkomendasikan oleh wisatawan yang pernah berkunjung sebagai tujuan wisata di Kabupaten Malang karena memiliki berbagai daya tarik dan fasilitas. Rekomendasi merupakan bentuk dari kepuasan wisatawan terhadap suatu daya tarik wisata (Aprilia, 2017). Taman Wisata Umbul Square Dolopo mengalami beberapa masalah dalam daya tariknya. Pertama, kurangnya informasi yang jelas tentang atraksi yang tersedia mengurangi minat pengunjung untuk datang. Kedua, kurangnya pilihan souvenir yang menarik membuat pengalaman berbelanja di tempat ini kurang memuaskan. Ketiga, aksesibilitas yang kurang baik, ditandai dengan

petunjuk arah yang minim dan kurangnya transportasi umum, menyulitkan wisatawan untuk mencapai lokasi. Terakhir, kurangnya media sosial yang interaktif dan ulasan positif dari pengunjung sebelumnya menyebabkan citra taman wisata ini kurang dikenal dan kurang menarik bagi wisatawan potensial. Perbaikan dalam penyediaan informasi atraksi, peningkatan kualitas suvenir, perbaikan aksesibilitas, dan upaya promosi serta pengumpulan ulasan positif. Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian Claudius & Ardiansyah, (2023) yang menjelaskan bahwa daya tarik wisata berpengaruh positif terhadap Minat Berkunjung Di Objek Wisata Kampung Marunda Jakarta Utara (Claudius & Ardiansyah, 2023). Namun temuan lain menyatakan bahwa daya tarik wahana wisata tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berkunjung (MELELO, 2023).

Menurut Suwarduki *et al.* (2016), minat berkunjung adalah suatu kemauan yang timbul dari dalam hati diri sendiri dan memiliki tujuan untuk mengunjungi tempat atau daerah yang menarik serta memiliki keunikan bagi individu tersebut (Turap et al., n.d.). Teori minat berkunjung dalam hal ini dianalogikan seperti minat beli terhadap suatu produk. Menurut Setyo putra dalam Aviolitasona (2017) minat merupakan dorongan untuk memotivasi seseorang melakukan tindakan. Sedangkan menurut Asdi dalam Hernita dkk (2019) minat berkunjung adalah rasa ingin seseorang untuk berkunjung ke suatu objek wisata. Minat berkunjung pada dasarnya adalah perasaan ingin mengunjungi akan suatu tempat yang menarik untuk dikunjungi. Kotler dan Keller (2014), menambahkan bahwa minat berkunjung merupakan tindakan

konsumen dalam memilih atau memutuskan berkunjung pada suatu obyek wisata berdasarkan pada pengalaman dalam berwisata. Berdasarkan pengertian di atas dapat kita jabarkan, jika minat berkunjung yaitu suatu dorongan dari dalam diri pengunjung sebagai akibat adanya stimulus eksternal untuk melakukan keputusan berkunjung.

Fenomena minat berkunjung ke Taman Wisata Umbul Square yang fluktuatif berkaitan erat dengan variabel media sosial Instagram dan daya tarik wisata yang ditawarkan. Dalam era digital saat ini, keberadaan media sosial, khususnya Instagram, menjadi alat promosi yang sangat efektif bagi destinasi wisata. Sayangnya, Umbul Square tampaknya belum memaksimalkan potensi ini. Akun Instagram resminya kurang aktif dalam memposting konten menarik yang dapat menarik perhatian calon pengunjung, serta jarang berinteraksi dengan pengguna untuk membangun komunitas online yang solid. Selain itu, daya tarik wisata di Umbul Square yang kurang inovatif dan tidak memiliki spot-spot foto yang Instagrammable membuatnya kalah bersaing dengan destinasi lain yang lebih populer di platform tersebut. Hal ini diperkuat oleh penelitian yang menjelaskan bahwa minat berkunjung berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung pada Pengunjung Hawaii Waterpark Malang (Widyanto, Sunarti, & Pangestuti, 2017). Hasil penelitian Sunaryo *et al.*, (2022) yang menjelaskan bahwa Minat Berkunjung berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung masyarakat pada Pujasera di Kota Madiun (Sunaryo, Purwanto, & Kadi, 2022). Hasil penelitian Purwanto *et al.*,

(2021) menjelaskan bahwa minat berkunjung berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung Srambang Park (Purwanto et al., 2021).

Keputusan berkunjung ke Taman Wisata Umbul Square berkaitan erat dengan variabel media sosial Instagram dan daya tarik wisata yang ditawarkan. Dalam era digital saat ini, Instagram berperan penting dalam mempengaruhi keputusan wisatawan melalui visualisasi konten yang menarik dan inspiratif. Sayangnya, Umbul Square belum berhasil memanfaatkan Instagram secara optimal untuk menarik perhatian calon pengunjung. Konten yang diunggah cenderung monoton dan kurang menonjolkan keunikan atau keindahan yang bisa menjadi daya tarik utama. Hasil penelitian Akhmad Fuad & Syahmardi Yacob, (2022) menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung, bahwa media sosial Instagram berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Hasil penelitian Nurjamaan M *et al*, (2022) menunjukkan bahwa daya tarik wisata berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung,

Berdasarkan uraian fenomena di atas dan *reach gap* pada penelitian, yang menunjukkan hubungan erat antara minat berkunjung, media sosial Instagram, dan wahana wisata dalam keputusan berkunjung wisatawan, peneliti merasa tertarik untuk menggali lebih dalam melalui penelitian dengan judul **“Peran Minat Berkunjung Sebagai Pemediasi Terhadap Pengaruh Media Sosial Instagram Dan Daya Tarik Pada Keputusan Berkunjung”**

B. Batasan Masalah

Sesuai permasalahan yang tertulis, dengan ini penulis membatasi penulisan, diakibatkan keadaan keterbatasan waktu dan sarana yang ada, dengan itu diperlukan batasan masalah, batasan dalam penelitian ini adalah:

1. Responden yang akan diteliti adalah pengunjung Taman Wisata Umbul Square Dolopo Kabupaten Madiun yang pernah mengunjungi taman wisata minimal 1 kali berkunjung.
2. Penelitian yang dilakukan ini meliputi Media Sosial Instagram, Daya Tarik, Minat Berkunjung, dan Keputusan Berkunjung pada Taman Wisata Umbul Square Dolopo Kabupaten Madiun.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah yang di uraikan di atas, maka rumusan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Apakah Media Sosial Instagram berpengaruh terhadap Minat Berkunjung pada Taman Wisata Umbul Square Dolopo Kabupaten Madiun ?
2. Apakah Daya Tarik berpengaruh terhadap minat berkunjung pada Taman Wisata Umbul Square Dolopo Kabupaten Madiun ?
3. Apakah Media Sosial Instagram berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung pada Taman Wisata Umbul Square Dolopo Kabupaten Madiun ?
4. Apakah Daya Tarik berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung pada Taman Wisata Umbul Square Dolopo Kabupaten Madiun ?

5. Apakah Minat Berkunjung berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung pada Taman Wisata Umbul Square Dolopo Kabupaten Madiun ?
6. Apakah Media Sosial Instagram berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung melalui Minat Berkunjung sebagai variabel intervening wisatawan pada Taman Wisata Umbul Square Dolopo Kabupaten Madiun ?
7. Apakah Daya Tarik berpengaruh terhadap keputusan berkunjung melalui Minat Berkunjung sebagai variabel intervening wisatawan pada Taman Wisata Umbul Square Dolopo Kabupaten Madiun?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Media Sosial Instagram dan Daya Tarik terhadap keputusan berkunjung melalui Minat Berkunjung sebagai Variabel Mediasi (Studi kasus pada pengunjung Taman Wisata Umbul Square Dolopo Kabupaten Madiun. Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah tersebut maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui Media Sosial Instagram berpengaruh terhadap Minat Berkunjung pada Taman Wisata Umbul Square Dolopo Kabupaten Madiun
2. Untuk mengetahui Daya Tarik berpengaruh terhadap minat berkunjung pada Taman Wisata Umbul Square Dolopo Kabupaten Madiun

3. Untuk mengetahui Media Sosial Instagram berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung pada Taman Wisata Umbul Square Dolopo Kabupaten Madiun
4. Untuk mengetahui Daya Tarik berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung pada Taman Wisata Umbul Square Dolopo Kabupaten Madiun
5. Untuk mengetahui Minat Berkunjung berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung pada Taman Wisata Umbul Square Dolopo Kabupaten Madiun Kabupaten Madiun
6. Untuk Mengetahui Media Sosial Instagram berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung melalui Minat Berkunjung sebagai variabel intervening wisatawan pada Taman Wisata Umbul Square Dolopo Kabupaten Madiun
7. Apakah Daya Tarik berpengaruh terhadap keputusan berkunjung melalui Minat Berkunjung sebagai variabel intervening wisatawan pada Taman Wisata Umbul Square Dolopo Kabupaten Madiun

E. Manfaat Penelitian

Hasil dari studi empiris yang dilakukan oleh penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Secara Praktis
 - a. Bagi Industri Pariwisata

Hasil penelitian ini dapat menjadi pedoman bagi pihak-pihak yang terlibat dalam industri pariwisata, seperti pengelola tempat wisata dan

pemasarannya, untuk mengoptimalkan penggunaan media sosial Instagram dan wahana wisata dalam menarik minat dan mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan.

b. Bagi Unipma

Diharapkan penelitian ini dapat memperluas pengembangan ilmu di bidang bisnis manajemen pemasaran serta dapat dijadikan sebagai bahan referensi atau pedoman peneliti di lingkungan kampus Universitas PGRI Madiun.