

ABSTRAKSI

Saat ini Instagram menjadi media yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Mereka berbagi banyak hal di Instagram melalui foto yang mereka unggah. Foto tentang pariwisata menjadi salah satu foto yang banyak di unggah oleh pengguna Instagram baik oleh fotografi profesional maupun pengguna Instagram biasa yang ingin berbagi sesuatu. Instagram tidak hanya menjadi tempat berbagi foto oleh pengguna, namun juga menjadi tempat untuk mencari informasi serta inspirasi oleh pengguna Instagram yang ingin melakukan wisata. Dengan melihat foto yang dibagikan oleh professional traveler's serta komentar dari pengguna Instagram membuat mereka memiliki cukup informasi untuk melakukan perjalanan wisata ke tempat yang mereka tuju. Penelitian ini menguji pengaruh Instagram pada rencana berpergian dan pemilihan lokasi wisata yang dilakukan oleh konsumen dengan menggunakan uji regresi sederhana. Sehingga hasil dari penelitian ini dapat digunakan oleh pelaku industri pariwisata dalam mengoptimalkan pariwisatanya. Dalam penelitian ini didapatkan bahwa pengguna Instagram mayoritas wanita adalah yang paling banyak mencari info untuk melakukan kegiatan wisatanya dari Instagram. Selain itu konten yang berisi foto keceriaan atau aktivitas yang dapat dilakukan pada tempat wisata menjadi foto yang paling banyak mempengaruhi konsumen untuk berpergian.

Kata Kunci: Instagram, *Traveling*, Rencana Berpergian, Pemilihan Tujuan