

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh konten visual di Instagram dan citra destinasi terhadap minat berkunjung wisatawan generasi Z ke Pantai Lon Malang, Kabupaten Sampang. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, dengan variabel independen berupa konten visual (X1) dan citra destinasi (X2), serta variabel dependen minat berkunjung (Y). Sehingga analisis data dilakukan menggunakan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antar variabel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling, dengan total responden sebanyak 97 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik konten visual di Instagram maupun citra destinasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan Generasi Z. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan kualitas konten visual di media sosial serta pembentukan citra destinasi yang positif dapat meningkatkan minat berkunjung wisatawan, terutama di kalangan Generasi Z. Rekomendasi dari penelitian ini adalah agar pengelola destinasi dan pemerintah daerah meningkatkan promosi melalui konten kreatif di media sosial dan menjaga kualitas citra Pantai Lon Malang untuk menarik lebih banyak wisatawan.

Kata kunci: *konten visual instagram, citra destinasi, minat berkunjung, generasi z*

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of visual content on Instagram and destination image on the interest of Generation Z tourists to visit Lon Malang Beach, Sampang Regency. The research method used is quantitative, with independent variables in the form of visual content (X1) and destination image (X2), and the dependent variable is intention to visit (Y). So data analysis was carried out using multiple linear regression analysis to determine the relationship and influence between variables. The sampling technique used is non-probability sampling, with a total of 97 respondents. The results of the study indicate that both visual content on Instagram and destination image have a positive and significant influence on the Generation Z tourist intention to visit. This finding confirms that improving the quality of visual content on social media and creating a positive destination image can increase tourist intention to visit, especially among Generation Z. The recommendation from this study is for destination managers and local governments to increase promotion through creative content on social media and maintain the quality of the image of Lon Beach, Malang to attract more tourists.

Keywords: *Instagram Visual Content, Destination Image, Intention To Visit, Generation Z*