

## ABSTRAK

Indonesia dianugerahi potensi pariwisata yang besar dengan beragam destinasi wisata alam dan budaya yang menarik, salah satunya adalah Kota Yogyakarta. Kota ini dikenal sebagai kota dengan warisan budaya Jawa yang kental, sejarah yang panjang, keindahan alam yang memesona, serta infrastruktur pendukung pariwisata yang lengkap. Meskipun demikian, berdasarkan data tahun 2022, peringkat Yogyakarta sebagai destinasi wisata masih berada di urutan ketujuh secara nasional. Data dari Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah (Bappeda) Kota Yogyakarta mengungkapkan bahwa objek wisata alam merupakan jenis objek wisata yang paling banyak dikunjungi oleh wisatawan nusantara dibandingkan dengan jenis objek wisata lainnya. Hal ini mengindikasikan bahwa ekowisata dan wisata berbasis olahraga (*sport tourism*) berpotensi menjadi objek wisata super prioritas yang dapat dipasarkan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel purposive sampling. Penyebaran kuesioner dilakukan secara daring dan luring melalui google form kepada 350 responden dalam kurun waktu 3 bulan. Analisis data pada penelitian ini menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap, norma subyektif, dan persepsi kontrol perilaku. Selain itu, ditemukan pula pengaruh signifikan dari variabel norma subyektif, persepsi kontrol perilaku, dan motivasi hedonis terhadap niat berkunjung. Akan tetapi, pada penelitian ini ditemukan bahwa sikap memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap niat berkunjung.

**Kata Kunci: Media Sosial, Sikap, Norma Subyektif, Persepsi Kontrol Perilaku, Motivasi Hedonis, Niat Berkunjung, Wisata Olahraga**