

ABSTRAK

PENGARUH KEMENARIKAN PESAN FOTO DI MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI FARMHOUSE SUSU LEMBANG, KABUPATEN BANDUNG BARAT

Oleh
Mahalia Putri Luthfiana
1205810

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kemenarikan pesan pada setiap foto yang diunggah di media sosial terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Farmhouse Lembang. Penelitian ini berfokus pada pesan konotasi dan denotasi foto yang diunggah dalam media sosial dan bagaimana unggahan foto tersebut memiliki kemenarikan dan mempengaruhi keputusan berkunjung. Metode penelitian yang digunakan bersifat deskriptif verifikatif dan menggunakan teknik analisis data regresi linear berganda. Teknik ini digunakan untuk meneliti pengaruh kemenarikan pesan foto yang di unggah di media sosial dengan pesan konotasi dan denotasi terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Pengumpulan data diperoleh melalui observasi dan kuesioner. Data yang terkumpul dari kuesioner berupa data ordinal, sehingga data ini perlu dirubah dalam bentuk interval menggunakan MSI (*Method Successive Interval*). Sedangkan untuk menentukan rentang ranking dari kuesioner, peneliti menggunakan garis kontinum. Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat diketahui bahwa kemenarikan pesan foto berlatar belakang Farmhouse dalam media sosial memiliki pengaruh yang signifikan dan mendapatkan hasil pengaruh sebesar 6% terhadap keputusan berkunjung wisatawan akan tetapi berada dalam kategori sangat lemah. Secara parsial, foto dengan pesan konotasi mendapatkan hasil lebih besar dan memiliki pengaruh yang signifikan sedangkan foto dengan pesan denotasi tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Farmhouse, namun keduanya memiliki kategori baik dan menarik. Oleh karena itu, peneliti menyarankan kepada pihak pengelola Farmhouse dan destinasi wisata lainnya khususnya dalam bidang pemasaran untuk lebih menonjolkan pemasaran melalui unggahan foto dalam media sosial dengan pesan konotasi yang dapat mengemas foto tersebut menjadi lebih menarik sehingga hal tersebut dapat meningkatkan tingkat kunjungan wisatawan.

Kata kunci : Farmhouse Susu Lembang, Semiotika Fotografi, Unggahan Foto dalam Media Sosial dan Keputusan Berkunjung.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PHOTO'S MESSAGE ATTRACTIVENESS ON SOCIAL MEDIA TOWARDS THE TOURIST VISITOR DECISION TO VISIT FARMHOUSE SUSU LEMBANG, WEST OF BANDUNG DISTRICT

By
Mahalia Putri Luthfiana
1205810

The aim of this research is to determine how is the effect of the attractiveness messages on every photo which is uploaded on social media to the tourist visitor decision in Farmhouse. This research focuses on the connotation and denotation message of every photos which uploaded on social media and how the message on every photos influence the tourist visitor decision. This research using descriptive and verification method and the analysis of data technique is using multiple linear of regression. This technique is used to identify the effect of the attractiveness photo messages on social media with connotation and denotation message to the tourist visitor decision. Data's information collected by using observation and questionnaire. The data which collected from questionnaire is an ordinal data, then that data have to converted to interval scale by using MSI (Method Success Interval). While to determine the ranking range of questionnaire, researcher using a continuum line. Based on the result of this research, can be known that the attractiveness messages of every type of photos which is uploaded on social media with Farmhouse background got 6% of influence to the tourist visitor decision, however that score is on a very low category. Partially, photos with connotation message have an significant influence while the uploaded photos on social media with denotation message does not have any influence to the tourist visitor decision. However those two message still on a good and interesting categories. Therefore, the researcher suggest to Farmhouse and other's destination management especially for marketing department to more accentuate the destination marketing by the photos which uploaded on social media with connotation message in order to pack the photos becomes more attractive then the number of tourist visited can be improved.

Key Words : Farmhouse Susu Lembang, Semiotics Photography, Uploaded Photos on Social Media and Visitor Decision