

MOTIVASI WISATAWAN DALAM BERBAGI PENGALAMAN WISATA MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

ABSTRAK

Oleh
Lucky Nurdianisa
1301251

Perkembangan teknologi dan media sosial telah memungkinkan para wisatawan untuk berbagi pengalaman wisata secara online. Berbagi pengalaman wisata adalah fenomena yang berkembang dalam pemasaran melalui media sosial. Mengingat sifat pengalaman wisata, berbagi informasi di media sosial diakui sebagai sumber informasi penting yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan wisata bagi calon wisatawan yang potensial. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian survey dengan teknik analisis deskriptif dan pendekatan kuantitatif. Sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini sebanyak 125 orang responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis tabulasi silang dengan uji statistik *chi-square* dan data diolah menggunakan IBM SPSS *Statistic* versi 24. Hasil penelitian menunjukkan bahwa wisatawan yang berbagi pengalaman wisata melalui media sosial Instagram adalah wisatawan usia dewasa muda (*youth traveller*) dan mayoritas berjenis kelamin laki-laki. Dimensi *self-centred motivation* merupakan motivasi utama wisatawan dalam berbagi pengalaman wisata di media sosial Instagram dan memiliki frekuensi setuju tertinggi pada pernyataan “Saya ingin mendokumentasikan pengalaman wisata sebagai kenang-kenangan”.

Kata Kunci: motivasi berbagi, wisatawan, media sosial

MOTIVATION OF TRAVELER IN SHARING TRAVEL EXPERIENCES THROUGH SOCIAL MEDIA INSTAGRAM

ABSTRACT

By
Lucky Nurdianisa
1301251

The growth of technology and social media has enabled travellers to share their online travel experiences. Sharing the travel experience is a growing phenomenon in marketing through social media. Given the nature of tourist experience, shared information on social media sites is recognized as an important information source which may influence travel decision making for potential travellers. This research is using quantitative technique with descriptive survey method. The samples were determined in this research total of 125 respondents. Data analysis technique using cross tabulation with chi-square statistic test and processed by IBM SPSS Statistic version 24. The result revealed that most of travellers who shared their travel experience through social media Instagram are male and youth. Self-centred motivation dimension is the main motivation of travellers in sharing travel experiences with the highest agree frequency is with statement "I want to document my travel experiences as memories".

Keywords: sharing motivation, traveler, social media