

## INTISARI

Perkembangan teknologi, perubahan gaya hidup, dan pandemi memberikan tantangan bagi pemasar dan pengiklan untuk mengukur efektivitas iklan melalui media jenis baru yakni vlog dan mencari alternatif solusi atas kesenjangan antara harapan pemasar dengan persepsi konsumen terhadap iklan pada bidang pariwisata. Penelitian ini bertujuan untuk menggunakan model periklanan Ducoffe untuk mengkaji dampak dari anteseden yang diidentifikasi seperti keinformatifan, hiburan, iritasi, dan kredibilitas pada nilai iklan vlog perjalanan dan melihat pengaruh nilai iklan vlog perjalanan pada niat mengunjungi destinasi wisatawan nusantara dengan keterikatan tempat sebagai pemeditasi.

Responden penelitian ini merupakan pengguna aktif media sosial Youtube yang mengikuti atau berlangganan (*Follow/Subscribe*) akun Youtube terkait pariwisata, berusia minimal 18 tahun, dan belum pernah mengunjungi destinasi wisata berdasarkan pengalaman menonton vlog perjalanan terkait wisata. Penelitian ini berhasil mendapatkan data dari 276 responden dengan metode pengumpulan sampel *non probability sampling* khususnya *purposive-judgemental sampling*. Dalam hal metode analisis data, penelitian ini menggunakan metode *Structural Equation Model Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan instrumen perangkat lunak Smartpls versi 3.2.9.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa keinformatifan, hiburan, dan kredibilitas berpengaruh positif dan signifikan pada nilai iklan vlog perjalanan. Sedangkan iritasi memberikan pengaruh negatif dan signifikan pada nilai iklan. Nilai iklan vlog perjalanan terbukti berpengaruh positif pada keterikatan tempat dan niat mengunjungi destinasi. Sedangkan keterikatan tempat menunjukkan hubungan positif pada niat mengunjungi destinasi. Terakhir, penelitian ini membuktikan terdapat hubungan tidak langsung nilai iklan vlog perjalanan pada niat mengunjungi destinasi wisatawan nusantara melalui keterikatan tempat.

**Kata kunci:** Vlog, nilai iklan, keterikatan tempat, niat mengunjungi destinasi, wisatawan nusantara.