

## INTISARI

Salah satu siasat yang dapat dilakukan oleh pemangku kepentingan dalam pengembangan pariwisata adalah evaluasi terhadap *memorable tourism experience* (MTE) atau pengalaman wisata berkesan. MTE menjadi faktor yang diketahui dapat memprediksi intensi berperilaku wisatawan. Pada era digital salah satu intensi yang patut dipertimbangkan adalah intensi E-WoM atau komunikasi dari mulut ke mulut secara elektronik. Kulon Progo menjadi wilayah yang mengupayakan proses digitalisasi termasuk dalam praktik pariwisata. Upaya tersebut dapat dilihat dari pemberian penghargaan IT tingkat nasional pada pemerintah kabupaten, khususnya Dinas Pariwisata Kabupaten Kulon Progo. Upaya pemerintah dan pengelola atau dari sisi penawaran tentunya perlu dilengkapi dengan pengkajian terhadap sisi penawaran salah satunya adalah intensi E-WoM yang dimiliki wisatawan. Penelitian ini berusaha mendeskripsikan pengalaman wisata berkesan (MTE) dan intensi komunikasi dari mulut ke mulut secara elektronik (intensitas E-WoM) wisatawan pada area perkemahan Waduk Sermo. Waduk Sermo dipilih karena penetapan kawasan ini sebagai pemodelan penerapan konsep Wisata Astronomi oleh dinas pariwisata setempat. Waduk Sermo juga menempati urutan kedua kunjungan wisatawan terbanyak di Kabupaten Kulon Progo selama beberapa tahun terakhir. Penelitian ini menggunakan skala MTE milik Kim, dkk. (2012) yang terbagi menjadi tujuh dimensi antara lain: hedonisme, kebaruan, budaya lokal, penyegaran, kebermanaknaan, keterlibatan, dan pengetahuan untuk mengkaji pengalaman berkesan wisatawan perkemahan Waduk Sermo. Intensitas E-WoM menggunakan konstruk Rasoolimanesh, dkk. (2020). Terkumpul sebanyak 106 responden dengan kriteria wisatawan yang telah berkemah minimal semalam di perkemahan Waduk Sermo. Ditemukan bahwa semua dimensi MTE dan variabel intensitas E-WoM mendapatkan tingkat persetujuan “tinggi” hingga “sangat tinggi” dimensi hedonisme menjadi dimensi dalam MTE dengan tingkat persetujuan tertinggi dari responden dengan rata-rata sebesar 3,29. Intensitas E-WoM mendapatkan persetujuan “sangat tinggi” dengan angka 3,27. Uji korelasi menghasilkan signifikansi 0 pada semua dimensi MTE dengan intensitas E-WoM yang artinya berkorelasi. Tingkat keeratan hubungan tertinggi dengan intensitas E-WoM didapatkan oleh dimensi penyegaran dengan nilai koefisien korelasi positif sebesar 0,559 pada kategori keeratan “substansial hingga sangat kuat”.

**Kata kunci: pengalaman wisata berkesan (MTE), intensitas E-WoM, berkemah, Waduk Sermo**

## **ABSTRACT**

One strategy that can be implemented by stakeholders in tourism development is the evaluation of memorable tourism experiences (MTE). MTE is recognized as a factor that can predict tourists' behavioral intentions. In the digital era, one crucial intention to consider is the electronic word-of-mouth (E-WoM) intention. Kulon Progo is an area that is striving for digitalization, including in its tourism practices. This effort is evident through the national-level IT awards bestowed upon the district government, particularly Kulon Progo Department of Tourism. The government's and operators' efforts, or the supply side, need to be complemented with an assessment of the demand side, including the E-WoM intention among tourists. This study aims to describe memorable tourism experiences (MTE) and electronic word-of-mouth (E-WoM) intention among tourists in Waduk Sermo camping area. Waduk Sermo was selected due to its designation as a model area for implementing the concept of Astronomical Tourism by the local tourism department. Moreover, Waduk Sermo ranks second in terms of the highest number of tourist visits in the Kulon Progo district over the past few years. The study utilizes the MTE scale developed by Kim et al. (2012), which consists of seven dimensions: hedonism, novelty, local culture, refreshment, meaningfulness, involvement, and knowledge, to assess tourists' memorable experiences in Waduk Sermo camping area. The E-WoM intention employs the construct developed by Rasoolimanesh et al. (2020). The study successfully collected data from 106 respondents who met the criteria as tourists that have camped for at least one night at Waduk Sermo campsite. It was found that all dimensions of MTE and the E-WoM intention variable received "high" to "very high" agreement levels. The dimension of hedonism emerged as the highest-rated dimension in MTE, with an average agreement level of 3.29. The E-WoM intention also received a "very high" agreement level, with a score of 3.27. Correlation analysis resulted in a significance level of 0 for all MTE dimensions with E-WoM intention, indicating a correlation. The dimension of refreshment showed the highest correlation coefficient of 0.559, falling within the "substantial to very strong" category.

**Keywords: memorable tourism experiences (MTE), E-WoM intention, camping, Waduk Sermo**