

PROMOSI DAYA TARIK WISATA (DTW) OLEH WISATAWAN MELALUI MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* DI PROVINSI BALI

Oleh:

Kadek Cahya Adi Prayoga

14/366164/GE/07865

INTISARI

Perkembangan teknologi menyebabkan munculnya *User Generated Content (UGC)* di media sosial yang menjadi media promosi daya tarik wisata yang dilakukan wisatawan secara tidak sadar. *User Generated Content (UGC)* menyediakan basis data yang kaya akan informasi *geolocation* (lokasi), waktu dan identitas pengguna yang dapat berguna untuk memetakan lokasi unggahan dan menganalisa perilaku promosi sebagai pertimbangan untuk meminimalkan biaya promosi, merespon kebutuhan pasar dan mempertimbangkan segmen pasar. Tujuan dari penelitian ini adalah memetakan pola persebaran unggahan daya tarik wisata oleh wisatawan pengguna *instagram* berdasarkan data *geolocation*, menganalisa perilaku promosi yang dilakukan oleh wisatawan di *instagram*, dan mengidentifikasi keterkaitan antara pola persebaran dengan perilaku promosi yang dilakukan oleh wisatawan pengguna *instagram*.

Pemetaan pola persebaran unggahan daya tarik wisata oleh wisatawan dianalisis menggunakan *kernel density* berdasarkan data yang didapatkan dari *instagram*. Perilaku promosi dilakukan dengan uji deskriptif menggunakan software SPSS. *Sampling* diambil dengan *stratified sampling* dengan wisatawan pengguna *instagram* yang menjadi sampel penelitiannya. Keterkaitan antara pola persebaran dengan perilaku promosi dianalisis dengan *rank spearman* dan analisis peta.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga klaster yang menjadi pusat unggahan daya tarik wisata melalui *instagram* di Provinsi Bali. Secara keseluruhan wisatawan milenial baik laki-laki maupun perempuan melakukan perilaku promosi karena didorong oleh tren dan keunikan daya tarik wisata dengan kecenderungan menambahkan *tag* (*tag*, *hashtag*, dan *geotag*) dan *caption* pada unggahan. Selain itu, perilaku promosi wisatawan pengguna *instagram* memiliki potensi yang lemah untuk menurunkan kemungkinan terpusatnya unggahan pada suatu daya tarik wisata.

Kata Kunci: *Instagram*, daya tarik wisata, wisatawan

PROMOTION OF TOURIST ATTRACTION BY TOURIST THROUGH SOCIAL MEDIA INSTAGRAM IN BALI PROVINCE

By:

Kadek Cahya Adi Prayoga

14/366164/GE/07865

ABSTRACT

Technological growth have led to the emergence of User Generated Content (UGC) on social media which has become a promotional media for tourist attraction by tourists unconsciously. User Generated Content (UGC) provides a database that rich in geolocation information (location), time and user identity that can be useful for mapping post locations and analyzing promotional behavior as considerations to minimize promotion costs, respond to the market needs and consider market segments. The purpose of this study is to map the patterns of tourist attraction post related by tourist of instagram user based on geolocation data, analyzing promotional behavior carried out by tourists on instagram, and identify the correlation between distribution pattern with promotional behavior carried out by Instagram users.

Mapping the tourist attraction post distribution patterns are done and analyzed using kernel density based on data obtained from instagram. Promotion behavior is carried out with descriptive test using SPSS software. Sampling is taken by stratified sampling with tourist of instagram user whom become the research samples. The relationship between the distribution pattern and promotion behavior is analyzed by spearman rank and map analysis.

The result show that there are three clusters which became the central of tourist attraction post through instagram in Bali province. Overall millennial tourists, both male and female carry out promotional behavior driven by trend and uniqueness in every tourist attraction with a tendency to add tag (tag, hashtag, and geotag) and caption in their post. In addition, the promotional behavior from tourist of instagram user has a weak potential to reduce the possibility of centralized post in a tourist attraction.

Keywords: *Instagram, tourist attraction, tourist*