

Intisari

Penelitian ini menguji signifikansi dan perbedaan respon minat berwisata pengguna media sosial terhadap foto turis dan foto profesional. Respon pengguna media sosial yang diukur melalui hierarki proses AIDA; *attention* (perhatian), *interest* (ketertarikan), *desire* (hasrat), dan *action* (tindakan) dengan perlakuan komponen teknis foto (warna, *angle*, komposisi, dan pencahayaan) serta komponen eWOM (pengunggah, *caption*, komentar, dan rating (*like*)). Partisipan penelitian berasal dari generasi anak muda dengan latar belakang pendidikan D3 Sekolah Vokasi Program Studi Pariwisata Universitas Gadjah Mada. Desain penelitian yang digunakan adalah eksperimen dengan menggunakan kuesioner sebagai alat ukur. Analisis yang digunakan adalah *uji independent sample t-test* untuk mengecek homogenitas partisipan dan *uji paired samples t-test* untuk mencari perbedaan respon foto profesional dan foto turis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya komponen teknis warna yang menunjukkan perbedaan respon diantara kedua jenis foto pada semua tahapan AIDA sedangkan . Selain itu, foto profesional direspon yang lebih baik oleh pengguna media sosial daripada foto turis.

Kata kunci: Foto Profesional, Foto Turis, AIDA, eWOM, Media Sosial

Abstract

This study examines the significance and interest of the different responses to the social media user traveled tourist photographs and photo professionals. Social media user response is measured through hierarchy process mode; Attention, Interest, Desire, and Action. Youth generation from Diploma Program in Tourism, Universitas Gadjah Mada participated in this research. Experiment method used as research design with questionnaires as a measuring tool. This research used paired t-test for analysis to finding the response differences of professional and tourists photograph in the photography's component (color, composition, angle, lighting) and eWOM's components (uploader, like, caption, comments) through AIDA's hierarchy process model. The results finds that only color in photography technique had difference responses through all of hierarchy process phases. This study also finds that professional photograph outperformed tourist photograph in social media's users responses.

Keywords: professional photograph, tourist photograph, AIDA, eWOM, social media