



SEMINAR RISET TERAPAN
HOSPITALITI DAN KEPARIWISATAAN INDONESIA

INSPIRE

2019



PROCEEDING

Seminar Riset Terapan Hospitaliti dan Kepariwisataaan Indonesia 2019

Co Host :



SEKOLAH TINGGI PARIWISATA
BANDUNG



FAKULTAS PARIWISATA
UNIVERSITAS UDAYANA

online proceeding available

 <http://inspire.stpbali.ac.id>

**PROSIDING SEMINAR
INSPIRE 2019
SEMINAR RISET TERAPAN HOSPITALITI DAN
KEPARIWISATAAN INDONESIA**

**“Membangun Tata Kelola Destinasi dan Industri Hospitaliti
Indonesia yang Berdaya Saing dan Berkelanjutan”**

**Kamis, 11 Juli 2019
Kampus Sekolah Tinggi Pariwisata Bali**

**Penerbit:
Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat
Sekolah Tinggi Pariwisata Nusa Dua Bali**

INSPIRE 2019

SEMINAR RISET TERAPAN KEPARIWISATAAN DAN HOSPITALITI INDONESIA

Membangun Tata Kelola Destinasi dan Industri Hospitaliti yang Berdaya Saing dan Berkelanjutan

Steering Committee

- 1) Drs. Dewa Gde Ngurah Byomantara, M.Ed. (Ketua/Dosen Sekolah Tinggi Pariwisata Bali)
- 2) Dr. Irene Hanna H. Sihombing (Dosen Sekolah Tinggi Pariwisata Bali/Program Pascasarjana STP Bali)
- 3) Dr. Atang Sabur Safari (Dosen Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung/Program Pascasarjana STP Bandung)
- 4) Dr. I Nyoman Sunarta (Dosen Universitas Udayana/Dekan Fakultas Pariwisata)
- 5) Eka Diraksa Putra, PhD (Dosen School of Hotel and Tourism Management, Hongkong Polytechnic University)

Reviewer

- 1) Dr. I Putu Utama
- 2) Dr. Ida Ayu Putri Widawati
- 3) Dr. Ni Made Eka Mahadewi
- 4) Dr. Irene Hanna. H Sihombing
- 5) Putu Diah Sastri Pitanatri, S.ST.Par., M.Par
- 6) Luh Yusni Wiarti, SE., M.Par., M.Rech
- 7) Ni Made Tirtawati, S.Si., M.Par
- 8) Ida Bagus Agung Gde Widana, SH., DIpl.TM., M.Par
- 9) Gusti Ayu Dewi Hendriyani, A.Par., M.Par
- 10) I Wayan Sukma Winarya Prabawa, M.Par., M.Pro

Panelis/Pembahas

- 1) Dr. Atang Sabur Safari (STP Bandung)
- 2) Dr. Sukmadi (STP Bandung)
- 3) Dr. I Ketut Budarma (Politekning Negeri Bali)
- 4) Dr. Putu Ratni Sari (Univ. Udayana)
- 5) Dr. Putu Sucita Yanti (Univ. Udayana)
- 6) Dr. I Nyoman Sukma Arida (Univ. Udayana)
- 7) Dr. I Ketut Murdana (STP Bali)
- 8) Dr. Ida Ayu Putri Widawati (STP Bali)
- 9) Dr. Amirosa Ria Satiadji (STP Bali)
- 10) Dr. Irene Hanna. H. Sihombing (STP Bali)
- 11) Luh Yusni Wiarti, SE., M.Par., M.Rech (STP Bali)

Organizing Committee:

Pengarah : Ketua STP Bali
Penanggung Jawab : Drs. I Wayan Muliana, M.Ed.
Ketua : Dr. Irene Hanna H. Sihombing
Wakil Ketua : Dr. I Putu Utama
Sekretaris : I Wayan Sukma Winarya P, M. Par., M.Pro
Koordinator Event :
1) Dr. Amirosa Ria Satiadji
2) Ni Made Tirtawati, S.Si., M.Par
3) Hardina, S.Pd., M.Pd

Koordinator Transportasi
Dan Akomodasi :
1) I Gusti Agung Febrianto, S.Par., M.Par
2) I Gede Geria

Penyunting Editor :
1) I Putu Bali Pradika, S.Kom
2) Putu Ayu Puspitawati, S.Kom
3) Komang Bangkit Wijaya, S.Ds
4) Komang Dian Permatajaya, S.S

Umum & IT Support:
1) I Gede Darmika
2) IGM Darmaweda
3) I Wayan Widana
4) I Nyoman Tikel

Koordinator Publikasi:
1) Putu Gargita
2) I Kadek Yuliartha

Penerbit :

Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Sekolah Tinggi Pariwisata Nusa Dua Bali

Redaksi :

Jln. Dharmawangsa Kampial, Kel Benoa, Kec Kuta Selatan
Kota Badung 80363
Telp (0361) 773537 - 73538
Selulter Panitia: +628113988728
Email: infopasca@stpbbali.ac.id
Website: <http://pasca.stpbali.ac.id>

Cetakan pertama, Juli 2019

Hak cipta dilindungi undang-undang.

Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ke dalam bentuk apapun, termasuk fotokopi atau merekam dengan teknik apapun, tanpa izin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan anugerahNya sehingga buku prosiding Seminar Riset Terapan Hospitaliti dan Kepariwisata Indonesia (INSPIRE) dapat terwujud. Buku prosiding ini terdiri dari hasil penelitian, review, dan hasil pengabdian yang dilakukan oleh peneliti yang berasal dari berbagai instansi yang beragam. Setiap artikel yang terdapat dalam prosiding ini sudah dipresentasikan dalam Seminar Nasional INSPIRE yang sudah terselenggara pada hari Kamis, 11 Juli 2019 di Gedung Widyatula STP Bali. Kegiatan ini merupakan kegiatan seminar riset terapan yang pertama yang akan direncanakan setiap tahun. Hasil dari Seminar Nasional INSPIRE tersebut kemudian didokumentasikan dalam prosiding ini.

Seminar Nasional Riset Terapan yang pertama ini memiliki tema: Membangun Tata Kelola Destinasi dan Industri Hospitaliti Indonesia yang Berdaya Saing dan Berkelanjutan. Dinamika perkembangan industri pariwisata sangatlah pesat. Inovasi terstruktur maupun spontan memodifikasi sistem pariwisata dalam skala nasional dan internasional. Hal ini menjadikan pariwisata menjadi industri besar yang memerlukan kesiapan sumberdaya manusia yang mampu mengelola industri ini. Pendidikan serta riset terapan di perguruan tinggi dewasa ini telah menjadi bagian dari fokus pemerintah guna membangun daya saing pendidikan tinggi di Indonesia. Penyebarluasan hasil riset, baik yang berbasis keilmuan maupun keterampilan telah menjadi hal yang fundamental sebagai bentuk inovasi masyarakat akademis untuk dapat mengambil peran dan berkontribusi dalam pemecahan masalah yang bersifat global, nasional, baik pada sisi pemerintahan, masyarakat, industri dan lingkungan.

Seminar dapat terlaksana dengan sukses atas bantuan dari banyak pihak. Oleh karena itu kami ucapkan terima kasih kepada banyak pihak yang telah membantu terselenggaranya seminar ini.

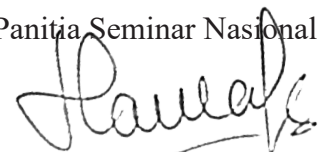
Kami menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan prosiding Seminar Nasional INSPIRE ini sehingga saran dan kritik yang membangun sangat diperlukan. Semoga prosiding ini bermanfaat bagi para pembaca dan pihak yang memerlukan.

Kami bersyukur bahwa gagasan kami ini mendapat respon yang sangat baik dimana tercatat Seminar Nasional INSPIRE diikuti pemakalah berasal dari Sekolah Tinggi Pariwisata Bali, Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung, Fakultas Pariwisata Universitas Udayana, Fakultas MIPA Universitas Udayana, Sekolah Tinggi Pariwisata Bali Internasional, Politeknik Pariwisata Makasar, Universitas Prasetya Mulya, Universitas Pelita Harapan dan Universitas Mahasaraswati.

Akhir kata, kami menyadari bahwa pelaksanaan Seminar Nasional INSPIRE 2019 maupun penerbitan buku prosiding ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati kami mohon dimaafkan. Kiranya Tuhan Yang Maha Esa memberkati dan melindungi kita semua dan memberikan anugerahNya kepada seluruh pendukung Seminar Nasional INSPIRE dan penerbitan buku prosiding ini.

Nusa Dua, 11 Juli 2019

Ketua Panitia Seminar Nasional INSPIRE



Dr. Irene Hanna H. Sihombing, SE, MM

SAMBUTAN

KETUA SEKOLAH TINGGI PARIWISATA BALI

Om Swastyastu,

Marilah kita bersama memanjatkan puja dan puji syukur kehadapan Ida Sang Hyang Widhi Wasa (Tuhan Yang Maha Esa) karena atas Asung Kertha Wara NugrahaNya telah terselenggara acara Seminar Nasional Riset Terapan Hospitaliti dan Kepariwisata Indonesia pada hari Kamis, 11 Juli 2019 di Gedung Widyatula STP Bali.

Seminar Nasional Riset Terapan pertama ini telah selesai dilaksanakan dan sudah berlangsung dengan sangat baik sekaligus berhasil mewujudkan sebuah buku prosiding yang memuat seluruh artikel yang sudah dipresentasikan. Sesuai dengan visi Program Magister Terapan STP Bali untuk menjadi program pascasarjana terapan (vokasi) yang unggul di bidang perhotelan dan kepariwisataan maka tema yang diangkat tahun ini adalah Membangun Tata Kelola Destinasi dan Industri Hospitaliti Indonesia yang Berdaya Saing dan Berkelanjutan. Tema pertama ini kiranya akan menjadi awal langkah pengembangan potensi perhotelan dan keparawisataan yang berbasis kearifan lokal yang memiliki daya saing dan berkelanjutan. Kiranya pada tahun berikutnya tema lain dapat semakin mengembangkan riset terapan pada bidang pengelolaan perhotelan dan kepariwisataan serta mendesiminasikan pengetahuan dan teknologi terapan bagi penguatan industri perhotelan dan pariwisata yang berdaya saing internasional.

Pada kesempatan ini kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah menyumbangkan tenaga, waktu, dan pikiran demi terlaksananya Seminar Nasional INSPIRE dan penerbitan buku prosiding ini. Kiranya apa yang kita semua sudah lakukan menjadi karma yang baik yang memberikan manfaat bagi kita semua.

Nusa Dua, 11 Juli 2019
Ketua STP Bali



Drs. Dewa Gde Ngurah Byomantara, M.Ed

DAFTAR ISI

Susunan Editorial	ii
Kata Pengantar	iv
Sambutan Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Nusa Dua Bali.....	v
Daftar Isi	vi

Bab 1 : Hospitaliti

1. Pengaruh Viral Marketing Terhadap Buying Intention Low Cost Carrier (LCC) Domestik di Bali Melalui Online Travel Agent (OTA) (Ni Putu Astis Mahariani)	1
2. Pengaruh Kompetensi dan Performance Appraisal Terhadap Promosi Jabatan Karyawan Pada Departemen Housekeeping di Hotel Ayodya Resort Bali (I Wayan Agus Wirnawan, Irene Hanna Sihombing, Ni Desak Made Santhi Diwyartha).....	7
3. Pengaruh Employee Cross Training dan Organizational Citizenship Behaviour Terhadap Kinerja Karyawan F&B Service The Patra Bali Resort & Villas (Indra Adhitya, I Ketut Surata, Ni Kade Juli Rastitiati)	16
5. Pengaruh Customer Relationship Management dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kinerja Organisasional di Tea Tree Spa (Gede Maharta, I Ketut Surata, Ida Ayu Kalpikawati)	22
4. Pengaruh Beban Kerja Terhadap Turnover Intention Dengan Employee Engagement Sebagai Variabel Mediasi di Sun Island Hotel & Spa Legian (Yatnya Pradnya, I Ketut Surata, I Putu Esa Widaharthana).....	27
5. Pengaruh Stres Kerja dan Kepuasan Kerja Terhadap Turnover Intention Karyawan di Le Meridien Bali Jimbaran (Dewa Agung Ayu Sinta Pramesti Dewi).....	30
6. Analisis Pelaksanaan Pelatihan Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Housekeeping Attendant di Holiday Inn Resort Baruna Bali (Ni Luh Putu Sri Aryastuti, Ni Luh Ketut Sri Sulistyawati, I Gusti Agung Gede Witarsana)	40
7. Tourists Satisfaction Towards Management Of Homestay In Lumajang Regency (Ni Desak Made Santi Diwyartha, Putu Diah Prabawati).....	50
8. Pengaruh Servant Leadership dan Komitmen Organisasional Terhadap Organizational Citizenship Behavior di Hotel Montigo Resorts Nongsa, Batam (Ida Ayu Miswadita Anindi)	56
9. Pengaruh Insentif Terhadap Kinerja Karyawan Berbasis Timeshare Hotel : Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Mediasi di Karma Royal Bali (Ni Luh Dita Priliani)	76
10. Pengaruh Best Available Rate Dan Kepercayaan Terhadap Keadilan Harga Pada Saluran Distribusi Online di The Ritzcarlton, Bali (Kadek Astri Utarini Darmawan, Dewa Ketut Sujatha, Ni Luh Ketut Sri Sulistyawati)	87

11. Pengaruh Penjualan Offline dan Online Travel Agent Terhadap Tingkat Pendapatan Kamar di Grand Mirage Resort And Thalasso Spa Bali
 (I Putu Satya Wiguna, Irene Hanna H. Sihombing, Ni Desak Made Santi Diwyarthi).....84

Bab 2 : Pariwisata

12. Positioning Of Online Motor Taxi (Gojek-Case) Towards Tourism Activities In Bali
 (Made Handijaya Dewantara).....94
13. The Theory Of Planned Behavior Sebagai Model Untuk Memahami Wisatawan Millennials Di Indonesia
 (Jessyca Yulianty).....101
14. Pengaruh Citra Destinasi dan Persepsi Nilai Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Wisatawan Millennial Mancanegara di Bali
 (Ni Luh Kadek Laksmi Wulandani)108
15. Karakteristik dan Identifikasi Aktivitas Leisure and Recreation Wisatawan Backpacker di Kawasan Wisata Kintamani Bangli Bali
 (Fanny Maharani Suarka)115
16. Forecasting Foreign Tourists Visits To Bali: A Comprehensive Study
 (I Wayan Sumarjaya)131
17. Strategi Pengembangan Tourism Supply Chain Destinasi Wisata Bahari Pantai Madasari Kabupaten Pangandaran
 (Tiffany Chairunnisa Ramadhania)139
18. Analisis Faktor-Faktor Prediktor Niat Berkunjung Wisatawan Ke Destinasi Wisata Kota Denpasar Sebagai Heritage City
 (Putu Surya Laksana Rahjasa)155
19. Destination Attributes Yang Menentukan Keputusan Wisatawan Memilih Destinasi Tanjung Benoa
 (I Made Gede Darma Susila)165
20. Cangu : Digital Nomadic Destination ? Sebuah Pendekatan Perspektif Wisatawan
 (Destria Widya, Luh Yusni Wiarti, I Wayan Sukma Winarya Prabawa)176
21. Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Kunjungan Wisatawan Nusantara Ke Kawasan Kota Lama, di Kota Semarang
 (Irene Adiola)184
22. Potensi Wisata Budaya Sebagai Daya Tarik Wisata di Kota Singkawang
 (Yustisia Kristiana, Theodosia C. Nathalia)190
23. Pariwisata Dalam Implementasi Konsep Pariwisata Berkelanjutan di Indonesia
 (Nyoman Surya Wijaya, Komang Trisna Pratiwi Arcana, I Wayan Eka Sudarmawan).....202
24. Persepsi Masyarakat Lokal Terhadap Dampak Ekonomi, Sosial, dan Lingkungan Dari Pengembangan Air Terjun Tegenungan di Desa Kemenuh, Kabupaten Gianyar
 (I Putu Yogi Pramaharta, I Made Subrata)213

25. The Role Of Young Tourismpreneur In Promoting Tourism Destination Case Study: Nusa Lembongan Bali-Indonesia (I Gede Gian Saputra, Ni Made Tirtawati)	226
26. Pengembangan Paket Wisata Halal Bagi Wisatawan Muslim Asean di Bali (M. Tanggap Sasmita)	233
27. Pengaruh City Branding dan Citra Kota Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung Ke Kabupaten Dan Kota di Jawa Barat (Pada 9 Kabupaten Dan 7 Kota di Jawa Barat) (Rezka Aida Pspn)	251
28. Pengaruh Sosial Media Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Destinasi Pariwisata Bali (Putu Deo Cahya Widyatmika, Luh Yusni Wiarti, Hanugerah Kristiono Liestiandre)	274
29. Analisis Dampak Ekonomi dan Sosial Budaya di Kampung Budaya Sebagai Daya Tarik Wisata Unggulan di Kabupaten Karawang (Mya Rahayu)	284
30. Pengaruh Modal Sosial, Orientasi Kewirausahaan dan Peran Pemerintah Terhadap Kinerja Usaha Pariwisata di Kabupaten Jembrana, Bali (Gandhiadi, G K, Eka Nila Kencana, I P)	313

Bab 3 : Desa Wisata

31. Peran Kaum Milenial Dalam Pengembangan Digital Nomadic Tourism Sebagai Badan Usaha Milik Desa (Studi Kasus Pada Desa Wisata Pelaga Kabupaten Badung Bali) (Fransisco Situmorang, Nararya Narottama)	314
32. Persepsi Wisatawan dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan Ke Obyek dan Daya Tarik Wisata Desa Budaya KertalanguDenpasar – Bali (Ni Putu Helda Silpia Apriyani).....	332
33. Model Strategi Pemasaran Desa Wisata Kaba Kaba Sebagai Daya Tarik Wisata di Kabupaten Tabanan (Gede Wiliam).....	344
34. Pemetaan Potensi Desa Dalam Mengembangkan Desa SawanMenjadi Desa Wisata (Made Susilawati)	355
35. Pengembangan Mina Wisata di Kedonganan (Rahma Fibriani Dili Putri).....	361
36. Community Perception To The Role Of Government In Realizing Sustainable Tourism Development At Penglipuran Tourism Village, Bangli Regency (I Nengah Sandi Artha Putra).....	366
37. Partisipasi Masyarakat Lokal Dalam Pengembangan Kampung Tua Terih Sebagai Desa Wisata di Kota Batam (Agatha Hidayat).....	375

38. Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia di Bidang Pariwisata:
Perspektif Desa Wisata Besan Klungkung
(Ni Ketut Sutrisnawati).....381
39. Implementasi Nila-Nilai Tri Hita Karana Pada Homestay di Desa Munduk,
Kabupaten Buleleng, Bali
(Ida Ayu Kapikawati, Ni Wayan Chintia Pinaria, I Gusti Agung Febrianto)390
40. Investigasi Pengaruh Tourism Experience Dan Tourist Engagement
Dalam Menciptakan Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan di Desa Wisata Pinge,
Kabupaten Tabanan, Provinsi Bali
(I Made Sugita Darma Teja399
41. Persepsi Wisatawan Terhadap Daya Tarik Wisata Bahari Yang Berlandaskan
Green Economy di Desa Pemuteran Buleleng
(Komang Trisna Pratiwi Arcana, I Gede Wawan Anggada)411
42. Partisipasi Masyarakat Dalam Pengembangan Homestay di Desa Wisata Pangsan
Kabupaten Badung
(Nyoman Arto Suprpto).....425

Bab 4 : Gastronomi

43. Gastronomic Tourism Implementation In Destination Branding In Gili Indah Village,
North Lombok
(Luh Putu Kartini).....434
44. Camera Eats First: A New Trend Of Gastronomy Tourism In Digital Era
(Putu Devi Rosalina).....441
45. Restaurant Marketing Strategy Formulation: Local Cuisine Vs Halal Food Case
Study Of Casual Restaurants In Ubud, Bali
(I Nyoman Arcana, I Nyoman Wiratnaya)449
46. Motivasi, Kepuasan, dan Loyalitas Wisatawan Mancanegara Menikmati
Kuliner Lokal Di Kabupaten Badung – Bali
(I Gusti Ayu Dewi Hendriyani).....465

Bab 5 : Event dan Festival

47. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Exhibitor Dalam Mengikuti
Sanur Village Festival Ke-13 di Desa Sanur
(Amirosa Ria Satiadji, Ni Komang Indah Tri Yanti)477
48. Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Event Ubud Food Festival Dalam
Pembentukan Brand Image Sponsor
(Ida Ayu Sutarini)494
49. Dampak Penyelenggaraan Denpasar Festival Terhadap Aspek Sosial dan Ekonomi
Masyarakat di Desa Dauh Puri Kangin, Denpasar, Bali.
(Ni Wayan Deitha Larassati Subawa, Luh Putu Citrawati)502

PENGARUH SOSIAL MEDIA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN KE DESTINASI PARIWISATA BALI

Putu Deo Cahya Widyatmika

deocahya97@gmail.com

Luh Yusni Wiarti

yusni888@yahoo.co.id

Hanugerah Kristiono Liestiandre

andre.hanoo@gmail.com

ABSTRAK

Social media menjadi salah satu teknologi dengan perkembangan yang sangat cepat dan sudah menjadi kebutuhan utama manusia. Oleh karena itu Kementerian Pariwisata Republik Indonesia mengembangkan salah satu program yang berkaitan dengan promosi pariwisata yaitu program digital tourism. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh social media terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke destinasi pariwisata Bali. Penelitian ini menggunakan kuesioner yang melibatkan 125 wisatawan mancanegara yang diambil secara acak (purposive accidental) dan kemudian di analisis dengan menggunakan teknik analisis jalur (path analysis).

Hasil menunjukkan terdapat pengaruh social media terhadap keputusan berkunjung wisatawan dengan persentase sebesar 26,8%. Hasil tersebut merujuk pada hasil yang cukup besar, karena yang mempengaruhi wisatawan untuk mengambil keputusan berkunjung bukan hanya social media saja, melainkan terdapat juga faktor-faktor lain yang juga dapat mempengaruhi hal tersebut.

Kata kunci: Pengaruh, Social Media, Keputusan Berkunjung, Destinasi Pariwisata, Bali.

PENDAHULUAN

Bali merupakan salah satu destinasi yang sudah diminati oleh wisatawan diseluruh dunia. Keanekaragaman budaya dan alamnya yang indah menjadi daya tarik utama untuk menarik wisatawan. Selain itu pengelolaan pariwisata dan promosi yang sangat baik menjadi nilai tambah untuk membuat kesan yang baik bagi pariwisata Bali. Walaupun Bali sudah memiliki citra destinasi yang baik, namun jumlah dan target kunjungan wisatawan terus meningkat. Oleh karena itu, Bali masih membutuhkan pengelolaan kepariwisataan dan promosi yang lebih baik, untuk meningkatkan kualitas destinasi dan mencapai target kunjungan wisatawan yang telah ditetapkan.

Kementerian Pariwisata membentuk 3 program prioritas pada tahun 2018 untuk memenuhi target 20 juta wisatawan pada tahun 2019. Salah satu dari 3 program tersebut adalah Digital Tourism (E-Tourism). Pembentukan program ini didasari dengan besarnya pengguna internet saat ini yang difasilitasi dengan smartphone. Kementerian Pariwisata menangkap peluang ini dengan melahirkan sebuah komunitas yang tertarik dengan pariwisata dan 80 % bergerak

di social media, yaitu GenPi (Generasi Pesona Indonesia) dan GenWI (Generasi Wonderful Indonesia). “GenPI/GenWI merangkul volunteer dari berbagai kalangan komunitas yang bergerak mempromosikan pariwisata berbasis digital. Pembentukan GenPI/GenWI merupakan salah satu bentuk komitmen Kemenpar untuk menghidupkan media sosial di kalangan anak-anak muda Indonesia. Apalagi untuk memenangkan pasar pariwisata dunia, Indonesia harus menguasai dunia digital.

Seperti yang sering saya katakan, *the more digital, the more personal*”, jelas Arief Yahya (Menteri Pariwisata Indonesia).

Hingga saat ini, kementerian pariwisata telah mengajak beberapa influencer dan videographer untuk membuat konten yang berkaitan dengan kegiatan promosi pariwisata di Indonesia. Konten yang dibuat adalah foto yang nantinya akan di post atau dibagikan di akun social media influencer yang diajak bekerja sama dan video promosi yang dibuat oleh videographer. Influencer dipilih berdasarkan dengan followers atau pengikut yang dimiliki di akun social media influencer tersebut. Sedangkan videographer dipilih berdasarkan hasil lelang yang dilakukan oleh kemenpar.

Seiring dengan perkembangan jaman saat ini, tidak lepas dari perkembangan teknologi yang berkembang sangat pesat. Teknologi sudah tidak dapat lagi lepas dari kehidupan sehari-hari manusia, karena teknologi dapat membantu banyak pekerjaan manusia. Salah satu teknologi yang berkembang sangat deras saat ini adalah internet. Internet memudahkan manusia bertukar informasi dan berkomunikasi dengan cepat dan sangat mudah dan dapat dilakukan dari jarak jauh.

Social media merupakan salah satu dari perkembangan teknologi informasi yang perkembangannya sangat pesat. Sosial media menjadi teknologi informasi yang sudah menjadi kebutuhan utama bagi kehidupan manusia. Berbagai kalangan masyarakat menggunakan social media sebagai sarana untuk memperoleh dan menyampaikan informasi. Andreas Kaplan dan Michael Haenleion (2010) dalam Anang Sugeng Cahoyono menyebutkan social media sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content”

KAJIAN PUSTAKA

Pengertian Pariwisata

Pada Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009, dijelaskan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisatawan dan didukung oleh berbagai macam fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.

Kodhyat (1998) menyebutkan bahwa pariwisata merupakan aktivitas perjalanan yang dilakukan oleh sementara waktu dari tempat tinggal semula ke daerah tujuan dengan alasan bukan untuk menetap atau mencari nafkah melainkan hanya untuk memenuhi rasa ingin tahu, menghabiskan waktu senggang atau libur serta tujuan-tujuan lainnya.

Pengertian Social Media

Sosial media merupakan sebuah media yang terhubung secara online, dimana penggunaanya

dapat dengan sangat mudah terhubung, dan saling berbagi informasi. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2016) mendefinisikan bahwa sosial media adalah media yang digunakan oleh konsumen untuk berbagi teks, gambar suara, dan video informasi baik dengan orang lain maupun perusahaan dan vice versa. Menurut Paramitha (2011:42) dalam Debby (2016) menyebutkan bahwa media sosial adalah media yang di desain untuk memudahkan interaksi sosial yang bersifat interaktif atau dua arah. Media sosial berbasis pada teknologi internet yang mengubah pola penyebaran informasi dan yang sebelumnya bersifat satu ke banyak audiens, menjadi banyak audiens ke banyak audiens. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Debby yang di analisis menggunakan teknik analisis jalur (path analysis) ditemukan hasil sebesar 38,1%. Hasil penelitian Debby menunjukkan bahwa social media berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke DKI Jakarta. Hal ini membuktikan bahwa teknologi informasi memiliki peranan penting dalam promosi digital.

Beberapa definisi social media di atas dapat disimpulkan bahwa social media merupakan media berbasis teknologi informasi yang di dasari oleh internet yang memungkinkan penggunaanya untuk berinteraksi, menciptakan, serta menyebarkan informasi ke banyak pengguna lainnya secara mudah dan efisien.

Pengertian Pengambilan Keputusan

Ralph C. Davis menjelaskan bahwa keputusan adalah hasil pemecahan masalah yang dihadapi dengan tegas. Suatu keputusan merupakan jawaban yang pasti terhadap suatu pertanyaan. Keputusan harus bisa menjawab pertanyaan tentang apa yang dibicarakan dalam hubungannya dengan perencanaan. Keputusan bisa juga berupa tindakan terhadap pelaksanaan yang sangat menyimpang dari rencana semula. Dalam pengambilan keputusan berkunjung, terdapat faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan tersebut, menurut Pitana (2009:73) faktor-faktor tersebut antara lain:

1. Karakteristik wisatawan baik karakteristik sosial, ekonomi (umur, pendidikan, pendapatan, dan pengalaman sebelumnya), maupun karakteristik perilaku (seperti motivasi, sikap, dan nilai yang dianut).
2. Kesadaran akan manfaat perjalanan, pengetahuan terhadap destinasi yang akan dikunjungi, citra destinasi.
3. Gambaran perjalanan yang meliputi jarak, lama tinggal di daerah tujuan wisata, kendala waktu dan biaya, bayangan akan resiko, ketidak pastian, dan tingkat kepercayaan terhadap biro perjalanan wisata.
4. Keunggulan daerah tujuan wisata, yang meliputi jenis dan sifat atraksi yang ditawarkan, kualitas layanan, lingkungan fisik dan sosial, situasi politik aksesibilitas, dan perilaku masyarakat lokal terhadap wisatawan.

Mengacu pada point nomor 2 pengambilan keputusan dipengaruhi oleh pengetahuan terhadap destinasi dan citra destinasi. Pada penelitian yang dilakukan oleh Salman Paludy dengan judul “Analisis Pengaruh Electronic Word of Mouth (e-WOM) Terhadap Citra Destinasi, Kepuasan Wisatawan, dan Loyalitas Destinasi Perkampungan Budaya Betawi (PBB) Setu Babakan Jakarta Selatan” menyebutkan bahwa e-WOM yang di dasari oleh social media memiliki pengaruh yang signifikan terhadap citra destinasi, image destination, dan tingkat kepuasan. Hal tersebut juga dapat di aplikasikan pada Destinasi Pariwisata Bali. Jika Destinasi Pariwisata Bali memiliki citra destinasi yang baik pada social media, maka hal ini dapat mempengaruhi keputusan

wisatawan untuk berkunjung ke Destinasi Pariwisata Bali.

METODE PENELITIAN

Sampel

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Objek penelitian ini adalah wisatawan mancanegara yang aktif menggunakan social media. Penentuan jumlah sampel menggunakan teknik pengambilan sampel menurut Hair et al. yang setelah dikalkulasi didapat jumlah sebanyak 125 responden. Penelitian ini mengumpulkan data dengan cara observasi langsung ke lapangan. Observasi digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh social media terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Destinasi Pariwisata Bali. Selain itu teknik pengumpulan data juga dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner sebanyak 125 kuesioner. Penelitian ini juga menggunakan literature-literature terkait untuk mendukung penelitian ini. Penelitian ini menggunakan teknik analisis jalur (path analysis). Menurut Robert D. Retherford (1993), analisis jalur merupakan suatu teknik pengembangan dari regresi linier ganda. Teknik ini digunakan untuk menguji besarnya sumbangan (kontribusi) yang ditunjukkan oleh koefisien jalur pada setiap diagram jalur dari hubungan kausal antar variabel X terhadap Y.

HASIL

Uji Validitas dan Reliabilitas

Social Media

ITEM Pernyataan (diringkas)	Nilai Alpha Cronbach Bila Item Dikeluarkan
X ₁ Mudah Digunakan	0.887
X ₂ Mudah Dipelajari	0.892
X ₃ Jelas dan Mudah Dipahami	0.902
X ₄ Terdapat Foto/Gambar Terkait Destinasi Pariwisata Bali	0.868
X ₅ Terdapat Video Terkait Destinasi Pariwisata Bali	0.855
X ₆ Terdapat Interaksi Positif Antar Pengguna	0.910
Alpha Cronbach	0.904

Profil Responden

	Kategori	Persentase	Jumlah (Orang)
Jenis Kelamin	Laki-Laki	64,8 %	81
	Perempuan	35,2 %	44
Total		100%	125
Usia	18-27 Tahun	46,4 %	58
	28-37 Tahun	38,4 %	48
	38-47 Tahun	12,0 %	15
	48-57 Tahun	1,6 %	2
	58-67 Tahun	0,8 %	1
	>67 Tahun	0,8 %	1
Total		100%	125

Pendidikan Terakhir	Elementari School	0,8 %	1
	Junior High School	2,4 %	3
	Senior High School	9,6 %	12
	Undergraduate	12,8 %	16
	Bachelor Degree	53,6 %	67
	Master Degree	20,0 %	26
	Other	0,8%	1
Total		100%	125
Pekerjaan	Student	12,0 %	15
	Driver	0,8 %	1
	Entrepreneur	21,6 %	27
	Government Employees	4,0%	5
	Professional	48,0 %	60
	Retired	0,8 %	1
	Other	12,8 %	16
Total		100%	125
Frekuensi Kunjungan	1	33,6 %	42
	2	44,8 %	56
	>2	21,6 %	27
Total		100%	125
Teman Berkunjung	None	16,0 %	20
	Friends	18,4 %	23
	Couple	46,4 %	58
	Family	19,2 %	24
Total		100%	125
Tujuan Berkunjung	Travel	95,2 %	119
	Health	0 %	0
	VFR	4,8 %	6
	MICE	0 %	0
Total		100%	125
Lama Menggunakan Social Media Dalam Sehari	1 Hour	14,4 %	18
	2 Hours	53,6 %	67
	3 Hours	7,2 %	9
	> 3 Hours	24,8 %	31
Total		100%	125
Pernah Atau Tidaknya Melihat Aktivitas Promosi Destinasi Pariwisata Bali di Social Media	Yes (Pernah)	93,6 %	117
	No (Tidak)	06,4 %	8
Total		100%	125

Path Analysis (Analisis Jalur)

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		125
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,38162679
Most Extreme Differences	Absolute	,089
	Positive	,045
	Negative	-,089
Kolmogorov-Smirnov Z		,996
Asymp. Sig. (2-tailed)		,274

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Dasar pengambilan keputusan dalam Uji Normalitas:

- Jika nilai signifikan (Sig.) lebih besar dari 0,05, maka data berdistribusi normal.
- Jika signifikan (Sig.) lebih kecil dari 0,05, maka data tidak berdistribusi normal.

2. Uji Analisis Jalur (Path Analysis)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,523 ^a	,274	,268	2,39129

a. Predictors: (Constant), sosialmedia

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	265,262	1	265,262	46,389	,000 ^a
	Residual	703,346	123	5,718		
	Total	968,608	124			

a. Predictors: (Constant), sosialmedia

b. Dependent Variable: keputusan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	25,147	1,600		15,721	,000
	sosialmedia	,411	,060	,523	6,811	,000

a. Dependent Variable: keputusan

Hipotesis:

H₀: Tidak ada pengaruh social media terhadap keputusan wisatawan untuk berkunjung.

H₁: Ada pengaruh social media terhadap keputusan wisatawan untuk berkunjung.

3. Uji Koefisien Determinasi

Uji ini dilakukan untuk mencari seberapa besar pengaruh social media terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke destinasi pariwisata bali.

PEMBAHASAN

Dengan mengacu kepada program kemenpar yaitu digital tourism, dimana kemenpar memanfaatkan social media untuk meningkatkan aktifitas promosi kepariwisataan Indonesia, penelitian melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh social media terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke destinasi pariwisata Bali. Penelitian

ini penting dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh tersebut, sehingga jika pengaruh tersebut diketahui dapat menjadi acuan kepada pemerintah provinsi Bali untuk meningkatkan dan mengembangkan aktifitas promosi pariwisata di social media untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke Bali.

Penelitian ini melibatkan 125 responden wisatawan mancanegara yang aktif menggunakan social media dan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Dari 125 responden, laki-laki memiliki persentase sebesar 64,8% dengan jumlah 81 orang, sedangkan perempuan 35,2% dengan jumlah 44 orang. Usia responden terbanyak adalah berkisar antara 18-27 tahun dengan persentase 46,4% dengan jumlah 58 orang, dan di urutan selanjutnya merupakan responden dengan rentang usia 28-37 tahun dengan presentase 38,4 orang yang berjumlah 48 orang, sisanya adalah responden dengan rentang usia 38 hingga 67 tahun ke atas. Dapat disimpulkan bahwa dari 125 responden adalah wisatawan yang masih tergolong muda.

Pada kategori pendidikan terakhir, responden dengan pendidikan terakhir bachelor degree (S1) merupakan responden dengan jumlah terbanyak yakni 67 orang yang memiliki persentase 53,6%. Di urutan kedua merupakan responden dengan kategori master degree (S2) dengan persentase 20,0% yang berjumlah 26 orang. Sisany merupakan pendidikan terakhir di bawah bachelor degree (S1). Hal ini membuktikan bahwa dari 125 responden tersebut memiliki pendidikan yang tinggi.

Pada kategori pekerjaan, responden dengan kategori professional merupakan responden dengan jumlah paling banyak yaitu berjumlah 60 orang dengan persentase sebesar 48%. Di urutan kedua merupakan responden dengan pekerjaan entrepreneur dengan jumlah responden 27 orang dan persentase sebesar 21,6%. Kemudian pada urutan ketiga terbanyak merupakan responden dengan kategori other (lainnya) dengan persentase sebesar 12,8 yaitu sebanyak 16 orang. Urutan selanjutnya merupakan urutan terbanyak keempat merupakan responden dengan kategori student (pelajar) dengan persentase sebesar 12,0% yaitu sebanyak 15 orang. Responden dengan kategori driver (supir) dan retired (pensiunan) memiliki persentase yang sama yaitu 0,8 % dengan jumlah responden masing-masing 1 orang.

Pada responden berdasarkan jumlah kunjungan responden dengan jumlah kunjungan 2 kali kunjungan merupakan responden terbanyak dengan persentase 44,8 % yaitu sebanyak 56 orang. Jumlah terbanyak kedua merupakan responden dengan jumlah kunjungan 1 kali dengan persentase sebesar 33,6 % yaitu sebanyak 42 orang. Kemudian responden dengan jumlah terbanyak ketiga merupakan responden dengan jumlah kunjungan lebih dari 2 kali dengan persentase 21,6 % yaitu sebanyak 27 orang. Dapat disimpulkan bahwa wisatawan yang sudah pernah berkunjung ke Bali ingin lagi kembali ke Bali karena pariwisata Bali yang sangat baik.

Profil responden berdasarkan teman berkunjung menunjukkan responden dengan kategori none atau melakukan perjalanan sendiri memiliki persentase sebesar 16,0 % yaitu sebanyak 20 orang. Responden dengan kategori friends (berkunjung bersama teman) memiliki persentase sebesar 18,4 % yaitu sebanyak 23 orang. Kemudian responden dengan kategori couple (berkunjung bersama pasangan) memiliki persentase sebesar 46,4 % yaitu sebanyak 58 orang. Dan yang terakhir adalah responden dengan kategori family (berkunjung bersama keluarga) memiliki persentase sebesar 19,2 % dengan jumlah 24 orang. Hal ini membuktikan bahwa Bali menjadi destinasi yang baik untuk berlibur bersama pasangan atau dengan kata

lain honeymoon.

Selanjutnya merupakan responden dengan kategori tujuan berkunjung travel merupakan responden dengan persentase tertinggi yaitu 95,2 % dengan jumlah responden 119 orang. Sisanya merupakan responden dengan tujuan berkunjung VFR (mengunjungi teman atau kerbata) dengan persentase sebesar 4,8 % yaitu sebanyak 6 responden. Hal ini membuktikan bahwa Bali merupakan tujuan favorit wisatawan untuk melakukan liburan.

Pada Profil responden berdasarkan durasi menggunakan social media dalam sehari dijelaskan bahwa responden yang mengakses social media selama 2 jam dalam sehari merupakan responden dengan persentase tertinggi yaitu 53,6 % dengan jumlah responden sebanyak 67 orang. Diurutan kedua tertinggi merupakan responden yang mengakses social media selama lebih dari 3 jam dengan persentase sebesar 24,8 % yaitu sebanyak 31 orang. Selanjutnya adalah responden yang mengakses social media selama 1 jam dalam sehari dengan persentase sebesar 14,4 % yaitu 18 orang. Pada urutan terakhir adalah responden yang mengakses social media selama 3 jam dalam sehari dengan persentase sebesar 7,2 % yaitu berjumlah 9 orang. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa social media menjadi suatu kebutuhan yang tidak dapat dilepas dari kehidupan wisatawan sehari-hari.

Yang terakhir merupakan responden dengan kategori pernah atau tidak melihat aktifitas promosi destinasi pariwisata Bali di social media. sebagian besar responden pernah melihat aktivitas promosi Destinasi Pariwisata Bali di Social Media yakni dengan persentase sebesar 93,6 % yaitu berjumlah 117 orang. Responden lainnya belum pernah melihat aktivitas promosi Destinasi Pariwisata Bali, persentase responden tersebut adalah 6,4 % yaitu berjumlah 8 orang. Hal ini membuktikan bahwa promosi social media sangat penting untuk menarik kunjungan wisatawan agar kunjungan wisatawan ke Bali meningkat.

Penelitian ini menggunakan uji analisis jalur (path analysis) dimana ada juga beberapa uji yang dilakukan. Pada uji normalitas menunjukkan nilai signifikan pada variabel keputusan sebesar 0,274 dimana nilai lebih besar dari pada 0,05, hal ini membuktikan bahwa variabel keputusan berdistribusi normal. Selanjutnya merupakan uji analisis jalur (path analysis) dimana pada uji terdapat 2 hipotesis yaitu:

1. H_0 : Tidak ada pengaruh social media terhadap keputusan wisatawan untuk berkunjung.
2. H_1 : Ada pengaruh social media terhadap keputusan wisatawan untuk berkunjung.

Hasil dari uji analisis jalur (path analysis) menunjukkan bahwa H_0 ditolak karena nilai Sig. <0,05, yaitu sebesar 0,000. Maka terdapat pengaruh social media terhadap keputusan wisatawan untuk berkunjung. Berdasarkan hasil dapat dibuat persamaan sebagai berikut:

$$Y = 25,147 + 0,411x$$

Dari persamaan di atas terdapat 2 interpretasi yaitu (1) Konstanta regresi (\square) sebesar 2,147 menunjukkan bahwa ketika akses social media bernilai nol, maka keputusan wisatawan untuk berkunjung sebesar 25,147. (2) Konstanta regresi (\square) pada variabel social media sebesar +0,411 yang menunjukkan bahwa social media memiliki pengaruh positif terhadap keputusan wisatawan untuk berkunjung, dimana semakin banyak wisatawan mengakses social media yang terkait dengan Destinasi Pariwisata Bali maka keputusan wisatawan untuk berkunjung juga semakin meningkat.

Selanjutnya adalah uji koefisien determinasi menurut Ghozali (2012:97) koefisien determinasi (R^2) merupakan alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pada penelitian ini, Uji Koefisien Determinasi dilakukan untuk melihat seberapa besar pengaruh social media terhadap keputusan wisatawan untuk berkunjung. Nilai Adjusted R Square menunjukkan seberapa besar pengaruh tersebut, yaitu 0,268 atau 26,8 % pengaruh variabel social media dan 73,2 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pemerintah provinsi Bali untuk meningkatkan kualitas promosi pariwisata di Bali yang berbasis social media. Karena dari hasil penelitian ini didapat nilai yang cukup signifikan dari pengaruh social media terhadap keputusan berkunjung. Pada promosi social media tidak hanya bagaimana cara mengemas suatu destinasi dengan baik, namun kesesuaian ekspektasi dari wisatawan dengan kenyataan yang didapatkan pada destinasi.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh social media terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke destinasi pariwisata Bali dapat ditarik kesimpulan bahwa social media memiliki pengaruh positif terhadap keputusan wisatawan untuk berkunjung.

Dari hasil analisis yang dilakukan menggunakan teknik analisis jalur (path analysis) pengaruh social media terhadap keputusan berkunjung wisatawan sebesar 26,8% dan 73,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. Angka tersebut terbilang signifikan, karena yang mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan ke Destinasi Pariwisata Bali tidak hanya variabel social media, melainkan banyak variabel lain yang dapat mempengaruhinya seperti cuaca, situasi politik, fluktuasi mata uang, dan banyak variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhinya.

Penelitian ini juga sama seperti penelitian yang dilakukan oleh Debby (2016). Pada penelitian yang dilakukan oleh Deby yang meneliti pengaruh social media terhadap keputusan berkunjung wisatawan nusantara ke DKI Jakarta menghasilkan persentase pengaruh social media terhadap keputusan berkunjung wisatawan sebesar 38,1%. Hal ini juga membuktikan social media sangat berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Pada penelitian lain yang dilakukan oleh Indra Pranata dan Bayu Rahanatha (2013) menyebutkan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan yaitu faktor promosi dan pelayanan, faktor lingkungan dan pribadi, faktor harga, dan faktor kendalan. Dari penelitian Indra dan Bayu dapat disimpulkan bahwa keputusan berkunjung wisatawan bukan hanya dipengaruhi oleh social media melainkan terdapat variabel lain yang juga dapat mempengaruhi.

SARAN

Adapun saran yang dapat diberikan untuk pengembangan aktifitas promosi di Destinasi Pariwisata Bali antara lain:

- a. Diharapkan bagi pengelola Destinasi Pariwisata di Bali tidak hanya mempromosikan atraksi wisata saja di social media, melainkan harus mengembangkan promosi tentang kebudayaan dan kesenian yang ada di Bali.

- b. Pada saat peneliti turun ke lapangan, cukup sering wisatawan yang menyarankan untuk membuat website tentang kegiatan surfing yang ada di Bali. Di Bali sendiri memiliki ombak yang cukup baik untuk melakukan olahraga surfing, sehingga banyak wisatawan mancanegara datang ke Bali hanya untuk melakukan aktifitas tersebut.
- c. Pada kegiatan promosi social media sebaiknya juga memperlihatkan bagaimana keadaan lingkungan yang ada di Bali. Di Bali sendiri masalah sampah masih sering ditemui, pemerintah harus dapat mengatasi masalah tersebut karena pada saat peneliti turun ke lapangan cukup sering wisatawan yang mengeluh mengenai kondisi lingkungan yang banyak terdapat sampah.
- d. Sebaiknya mengenai penelitian dengan topik social media kembali dilakukan dengan lebih rinci. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi pedoman untuk penelitian selanjutnya

DAFTAR PUSTAKA

- Cahyono, Sugeng, Agung. 2016. Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia. Universitas Tulungagung. Jawa Timur.
- Tambunan, Debby. 2016. Pengaruh Social Media Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Nusantara Ke DKI Jakarta. Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung. Bandung
- Indra. Bayu. 2013. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Wisatawan Domestik Berkunjung Ke Bali Safari & Marine Park, Gianyar Bali. Universitas Udayana. Bali.
- I Gede Pitana. 2009. Pengantar Ilmu Pariwisata. Yogyakarta. Penerbit Andi. 2019.
- Paludi, Salman. 2016. Analisis Pengaruh Elecetronic Word of Mouth Terhadap Citra Destinasi, Kepuasan Wisatawan, Dan Loyalitas Destinasi Perkampungan Budaya Betawi (PBB) Setu Babakan Jakarta Selatan. STEIN. Jakarta
-