

Proses pengambilan keputusan berpariwisata melalui penggunaan media sosial : studi kualitatif deskriptif pada anggota komunitas Traveler "Backpacker Indonesia" = Travel decision making process through the use of social media : qualitative descriptive study on Traveler community members "Backpacker Indonesia" / Nindyta Aisyah Dwityas

Nindyta Aisyah Dwityas, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20329991&lokasi=lokal>

---

Abstrak

**ABSTRAK**

Fenomena penerapan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi pada industri pariwisata telah merubah cara pelaku perjalanan pariwisata dalam memanfaatkan informasi disepanjang proses pengambilan keputusan berpariwisatanya. Hal ini terutama terkait dengan munculnya media sosial sebagai salah satu platform web 2.0 yang menyuguhkan interaktifitas kepada penggunanya. Karena itulah, tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran mengenai proses pengambilan keputusan berpariwisata melalui penggunaan media sosial khususnya dari sudut pandang anggota komunitas traveler di Indonesia. Untuk mencapai tujuan tersebut, disusun kajian teoritis dan penelitian terdahulu yang berpijak pada teori-teori yang berada dalam ranah Ilmu Komunikasi, khususnya teori komunikasi kelompok dan teori media baru. Sedangkan aplikasinya berfokus pada perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang telah merevolusi dunia perdagangan (bisnis) secara luas. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara terhadap anggota komunitas traveler "Backpacker Indonesia" yang terpilih berdasarkan hasil analisis teks terhadap komunikasi dan interaksi yang dilakukan dalam situs komunitas. Hasil utama dari penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial menjadi sumber informasi yang membantu dan "mengawal" para traveler disetiap tahapan pengambilan keputusannya, dan pada setiap tahapan tersebut para traveler melakukan kegiatan-kegiatan pemanfaatan informasi dalam menjalankan keseluruhan kegiatan berpariwisata yang dilakukan. Penelitian ini menyimpulkan beberapa rekomendasi baik bagi lingkup akademik dan teoretik yaitu melalui penyusunan model pengambilan keputusan berpariwisata melalui penggunaan media sosial, serta bagi industri pariwisata untuk menjalankan strategi pemasaran yang lebih berfokus pada konsumen.

---

**ABSTRACT**

The phenomenon about the application of Information and Communications Technology development in tourism industry has changed the way of traveler in utilizing tourism information throughout their travel decision-making process. It is mainly associated with the emergence of social media as one of the Web 2.0 platform which offers interactivity to users. Therefore, the purpose of this study was to obtain an overview of the travel decision making process through the use of social media especially from the point of view of Indonesia's traveler community members. To achieve these objectives, theoretical study and previous studies which are grounded in the Communication Sciences domain, specifically the Theory of Group Communication and New Media Theory were developed. While the application is focused on the development of Information and Communication Technology that has revolutionized the world of

commerce (business) widely. The research method used is descriptive qualitative. Data was collected through interviews with community members traveler "Backpacker Indonesia" were chosen based on the results of the text-analysis of the communication and interaction done in community sites. The main result of this study shows that social media as source of information to help and "escort" the traveler in every stage of decision-making, and at each step the traveler is using information in carrying out all activities undertaken. The study concluded some recommendations for the scope of academics and theoretical with the models of travel decision making process through the use of social media, as well as for the tourism industry to execute marketing strategies that more focus on the consumer.