

Analisis pengaruh place familiarity dalam film terhadap intensi pemilihan destinasi wisata di Indonesia = Analysis of the effect of place familiarity in film on tourist intention in deciding tourism destination in Indonesia

Triss Nitisastro, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20501388&lokasi=lokal>

Abstrak

Fenomena booming-nya destinasi film menjadi sebuah hal baru dalam industri pariwisata dalam beberapa tahun terakhir seperti Kafe Filosofi Kopi dari film Filosofi Kopi, Rumah Pengabdi Setan yang menjadi latar utama film Pengabdi Setan. Dalam upaya mengelola daerah dan destinasi wisata, Kementerian Pariwisata Indonesia perlu mengetahui berbagai faktor yang dianggap berpengaruh terhadap intensi pemilihan destinasi wisata dari film yang ditonton oleh calon wisatawan. Film yang dijadikan objek penelitian adalah Ada Apa Dengan Cinta 2 dan Rudy Habibie. Metode judgemental sampling digunakan dalam penelitian ini dengan pendekatan pre-experimental: intact-group comparison membagi kelompok penelitian menjadi experimental (responden yang sudah menonton Ada Apa Dengan Cinta 2) dan control group (responden yang sudah menonton film Rudy Habibie) dengan jumlah sebanyak 200 responden pada masing-masing kelompok dan dianalisis menggunakan pemodelan Partial Least Square - Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang berpengaruh terhadap intensi pemilihan destinasi wisata di Indonesia dari film adalah empathy dan nostalgia. Di sisi lain, perceived risk tidak sepenuhnya berpengaruh terhadap intensi pemilihan destinasi wisata.

A booming phenomenon of movie destination tourism has become a new thing in tourism industry in recent years, such as Filosofi Kopi Cafe from the Filosofi Kopi film, Rumah Pengabdi Setan which is the main setting of the film Pengabdi Setan. In terms of maintaining and developing tourism area and tourist destinations, The Indonesian Ministry of Tourism needs to know the factors considered related to the intention to select tourist destinations from films watched by potential tourists. The film used as the object of the research is Ada Apa Yang Cinta Cinta 2 and Rudy Habibie. Judgmental sampling method used in the study with preexperimental: intact-group comparison which divided the whole group of research into experimental groups (respondents who have watched Ada Apa Dengan Cinta 2) and the control group (respondents who have watched the film Rudy Habibie) with a total of 200 respondents in each group and analyzed using Partial Least Square - Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The results showed that the facts intended for the intention of choosing tourist destinations in Indonesia from the film were empathy and nostalgia. On the other hand, the perceived risk is not entirely determined the intention to select tourist destinations.