

**PERAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN
BERKUNJUNG WISATAWAN *MILLENNIAL* KE DESTINASI
DIGITAL DE LOANO GLAMOROUS CAMPING,
PURWOREJO, JAWA TENGAH**



Oleh

RUDI WASKITO TRIWIBOWO

NO. MHS: 517200091

PROGRAM STUDI PARIWISATA

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA

2019

**PERAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN
BERKUNJUNG WISATAWAN *MILLENNIAL* KE DESTINASI
DIGITAL DE LOANO GLAMOROUS CAMPING,
PURWOREJO, JAWA TENGAH**



**Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh
Derajat Sarjana Pariwisata**

Oleh

RUDI WASKITO TRIWIBOWO

NO. MHS: 517200091

PROGRAM STUDI PARIWISATA

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA

2019

HALAMAN PENGESAHAN

PERAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG
WISATAWAN MILLENNIAL KE DESTINASI DIGITAL *DE LOANO*
GLAMOROUS CAMPING, PURWOREJO, JAWA TENGAH

Disusun Oleh:

Rudi Waskito Triwibowo

NIM: 51720091

Telah Disetujui Oleh:

Pembimbing I

Drs. Budi Hermawan, M.M

NIDN. 0523026601

Pembimbing II

Dra. Heni Susilowati, M.M

NIDN. 0505026202

Mengetahui

Ketua Jurusan

Arif Dwi Saputra, SS. MM.

NIDN. 0506108201

BERITA ACARA UJIAN

**PERAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG
WISATAWAN MILLENNIAL KE DESTINASI DIGITAL DE LOANO
GLAMOROUS CAMPING, PURWOREJO, JAWA TENGAH**

Disusun Oleh:

RUDI WASKITO TRIWIBOWO

NIM: 517200091

PROGRAM STUDI PARIWISATA

Telah dipertahankan di depan penguji

Dan dinyatakan : Lulus

Pada tanggal

**Penguji : Nikasius Jonet, S. Sos. M.Si
NIDN.0518117401**

**Pembimbing I : Drs. Budi Hermawan, M.M
NIDN. 0523026601**

**Pembimbing II : Dra. Heni Susilowati, M.M
NIDN. 0505026202**

Mengetahui

Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA



**(Drs. Prihatno, M.M)
NIDN. 052612 5901**

MOTTO

“Tidak peduli ras, suku, agama, warna kulit, setatus sosialmu dan siapapun kamu,
jika kamu berbuat baik padaku aku juga akan berbuat baik padamu”

(Penulis)

”hidup itu tentang memilih, Hanya Ada Dua Pilihan: Menjadi Apatis Atau
Mengikuti Arus. Tapi, Aku Memilih Untuk Jadi Manusia Merdeka.”

(Catatan Seorang Demonstran)

PERNYATAAN KEASLIAN UJIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rudi Waskito Triwibowo

NIM : 517200091

Program Studi : Pariwisata

Judul Skripsi : PERAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN *MILLENNIAL* KE DESTINASI DIGITAL *DE LOANO GLAMOROUS CAMPING*, PURWOREJO, JAWA TENGAH.

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis di acu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 23 Juli 2019

Rudi Waskito Triwibowo

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk orang-orang yang selalu memberikan dukungan dan doa kepada saya selama penyusunan tugas akhir ini. Laporan skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Untuk Bapak, Ibu, dan Adik saya yang tidak pernah berhenti memberikan dukungan, semangat, nasehat serta doa terbaik mereka kepada saya selama saya menyelesaikan skripsi ini.
2. Saudara serta keluarga besar saya yang sudah memberikan dukungan dan doa mereka selama saya melakukan penulisan skripsi.
3. Untuk Dosen Program Studi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang sudah memberikan arahan, bimbingan dan pembekalan selama saya melakukan penulisan skripsi, sehingga skripsi ini bisa selesai tepat waktu.
4. Untuk semua staf dan karyawan Badan Otorita Borobudur. Terimakasih atas bimbingan dan bantuan yang diberikan selama saya melakukan penelitian di lapangan.
5. Untuk teman-teman Studi Lanjut, teman-teman jurusan S1 Pariwisata dari berbagai angkatan yang selalu berbagi dukungan dan semangat selama proses penyusunan skripsi ini.
6. Untuk rekan dan sahabat penulis, terimakasih atas bantuan dan dukungan serta semangat yang selalu kalian berikan dalam penyusunan tugas akhir ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT, atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyusun skripsi ini untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai derajat Strata-1 Pariwisata pada program studi Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta. Penulis menyusun skripsi ini dengan judul “PERAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN *MILLENNIAL* KE DESTINASI DIGITAL *DE LOANO GLAMOROUS CAMPING*, PURWOREJO, JAWA TENGAH”

Selama mengikuti pendidikan Sarjana Pariwisata sampai dengan proses penyelesaian skripsi, penulis telah diberikan dukungan oleh beberapa pihak yang telah menyediakan fasilitas, membantu, membina dan membimbing. Untuk itu, dengan rendah hati dan rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Drs. Budi Hermawan, M.M. selaku pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi.
2. Ibu Dra. Heni Susilowati, M.M selaku pembimbing II yang telah mendampingi dan memberikan pengarahan selama penulisan skripsi.
3. Bapak Nikasius Jonet, S, Sos. M.Si selaku penguji utama yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menyampaikan hasil skripsi saya.
4. Bapak Drs Prihatno, M.M Selaku Ketua Sekolah Tinggi AMPTA Yogyakarta
5. Bapak Arif Dwi Saputra, S.S., M.M. selaku Ketua Program Studi Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

6. Seluruh dosen dan staff Program Studi Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang telah banyak membekali penulis dengan berbagai ilmu pengetahuan selama kuliah dan membantu penulis dalam mempersiapkan penyusunan Skripsi dari awal sampai selesai.
7. Staff dan karyawan Badan Otorita Borobudur yang telah memberikan izin serta bimbingan saat penelitian di destinasi *De Loano Glamorous Camping*, Purworejo.
8. Pengurus lapangan destinasi *De Loano Glamorous Camping*, Purworejo, yang telah menyambut dan membimbing saya di lapangan dengan ramah.
9. Pada para responden penelitian yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mohon maaf atas kesalahan dan kekurangan yang ada. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Demikian yang dapat penulis sampaikan. Akhir kata penulis ucapkan terimakasih.

Yogyakarta, 23 Juli 2019

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN BERITA ACARA.....	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Batasan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS.....	9
A. Landasan Teori.....	9
1. Media Sosial.....	9
2. Keputusan berkunjung.....	12
3. Wisatawan <i>Millennial</i>	15
4. Destinasi Digital.....	16
B. Kerangka Pemikiran.....	18
C. Penelitian Terdahulu.....	18
D. Hipotesis.....	22
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
A. Metode Penelitian.....	23
1. Jenis Penelitian.....	23

2. Lokasi Dan Waktu.....	23
3. Populasi dan Sample	24
4. Definisi Variabel dan Oprasional Variabel	25
5. Metode Pengumpulan Data	28
6. Metode Analisis Data	31
a. Uji Kelayakan Instrumen	31
1) Uji Validitas	31
2) Uji Reabilitas.....	32
B. Uji Regresi Linier Berganda	34
C. Uji Hipotesis	35
1. Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)	35
2. Uji T	36
3. Uji F	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
A. Profil Wisata <i>De Loano Glamorous Camping</i> Purworejo	38
B. Distribusi Frekuensi	49
C. Uji Kelayakan Instrumen	61
D. Hasil Analisis Data.....	64
E. Pembahasan.....	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	77
A. Kesimpulan	77
B. Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA	81

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Karakteristik Media Sosial.....	12
Tabel 2.2. Keputusan Berkunjung.....	14
Tabel 2.3. Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1. Matrik Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	27
Tabel 4.1 Struktur oraganisasi Pelaksana Lapangan.....	40
Tabel 4.2 Data Kunjungan Bulan Maret Hingga Juni 2019.....	41
Tabel 4.3 Paket Edukasi.....	45
Tabel 4.4 Paket Wisata Minat Khusus	46
Tabel 4.5 Paket De Loano Rombongan	47
Tabel 4.6 Distribusi Wisatawan Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4.7 Distribusi Wisatawan Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4.8 Distribusi Wisatawan Berdasarkan Pendidikan	51
Tabel 4.9 Distribusi Wisatawan Berdasarkan Sumber Informasi	51
Tabel 4.10 Distribusi Wisatawan Berdasarkan Sumber Informasi Dari Media Sosial.....	52
Tabel 4.11 Kriteria Presentase Skor Tanggapan Responden Terhadap Skor Ideal	53
Tabel 4.12 Hasil Uji Presentase Variabel Partisipasi.....	54
Tabel 4.13 Hasil Presentase Variabel Keterbukaan	55
Tabel 4.14 Hasil Uji Presentase Variabel Percakapan.....	56
Tabel 4.15 Hasil Uji Presentase Variabel Komunitas.....	57
Tabel 4.16 Hasil Uji Presentase Variabel Keterhubungan.....	58
Tabel 4.17 Hasil Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Media Sosial (X).....	59
Tabel 4.18 Kriteria Presentase Skor Tanggapan Responden Terhadap Skor Ideal	60
Tabel 4.19 Hasil Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel	

Keputusan Berkunjung (Y)	60
Tabel 4.20 Hasil Uji Validitas Variabel Partisipasi	62
Tabel 4.21 Hasil Uji Validitas Variabel Keterbukaan	62
Tabel 4.22 Hasil Uji Validitas Variabel Percakapan	62
Tabel 4.23 Hasil Uji Validitas Variabel Komunitas	62
Tabel 4.24 Hasil Uji Validitas Variabel Keterhubungan	62
Tabel 4.25 Hasil Uji Validitas Variabel Faktor Penarik	63
Tabel 4.26 Hasil Uji Validitas Variabel Faktor Pendorong	63
Tabel 4.27 Hasil Uji Reliabilitas	63
Tabel 4.28 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	64
Tabel 4.29 Hasil Koefisien Determinasi (R ²).....	66
Tabel 4.30 Hasil Uji T.....	67
Tabel 4.31 Hasil Kesimpulan Uji T	70
Tabel 4.32 Hasil Uji Simultas (Uji F)	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Statistik Digital Indikator di Indonesia	2
Gambar 2.1 : Kerangka Pemikiran.....	18
Gambar 4.1 Struktur oraganisasi Badan Pelaksana Otorita Borobudur.....	39
Gambar 4.2: Paket menginap VIP.....	41
Gambar 4.3: Paket menginap Reguler	42
Gambar 4.4: Toilet Untuk Paket Reguler dan Hemat	43
Gambar 4.5: Paket menginap Hemat	44
Gambar 4.6: Tenda Besar (Kiri), Tenda Couple(Kanan).....	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Surat Izin Penelitian

Lampiran II Kuesioner Penelitian

Lampiran III Hasil Distribusi Frekuensi

Lampiran IV Data Presentase Jawaban Responden

Lampiran V Uji Kelayakan Instrumen

Lampiran VI Hasil Uji Hipotesis

Lampiran VII Lembar Bimbingan

ABSTRAK

Destinasi wisata berbasis digital *De Loano Glamorous Camping*, Purworejo merupakan destinasi wisata baru yang terletak di kabupaten Purworejo, Jawa Tengah. *De Loano Glamorous Camping* merupakan wisata kekinian yang menggabungkan konsep *adventure*, *nature* dan juga *eco-culture*. Sebagai wisata baru bertema *nomadic tourism*, *De Loano Glamorous Camping* dihandapkan pada tantangan untuk dapat menarik kunjungan wisatawan. Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan yaitu media sosial. Media sosial digunakan generasi *millennial* dalam mencari informasi serta referensi wisata kekinian yang unik dan baru yang sedang banyak diburu oleh wisatawan, terutama wisatawan *millennial*. Maka dari itu peneliti tertarik untuk mengambil judul Peran Media Sosial Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan *Millennial* Ke Destinasi Digital De Loano Glamorous Camping Purworejo, Jawa Tengah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran media sosial terhadap keputusan berkunjung wisatawan *millennial* ke destinasi digital *de loano glamorous camping*, purworejo, jawa tengah. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang dilakukan pada 50 wisatawan yang berkunjung ke *de loano glamorous camping*, purworejo menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan yaitu dengan uji regresi linier berganda untuk melihat hubungan antara peran media sosial terhadap keputusan berkunjung wisatawan *millennial*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peran media sosial (partisipasi, keterbukaan, percakapan, komunitas dan keterhubungan) secara simultan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan *millennial*. Hasil estimasi menunjukkan bahwa peran media sosial memberikan berkontribusi sebesar 41,7% terhadap keputusan berkunjung, dan dimensi media sosial paling berpengaruh terhadap keputusan berkunjung yaitu keterhubungan dengan nilai $\text{sig} .003 < 0,05$.

Kata Kunci: Destinasi Digital, Media Sosial, Keputusan Berkunjung, Wisatawan Millennial.

ABSTRACT

The digital tourist destination of De Laono Glamorous Camping, Purworejo is a destination placed in Purworejo, Central Java. De Laono Glamorous Camping is a contemporary tourism combining the adventure, nature, and eco-culture concepts. As a new nomadic tourism, the challenge faced by De Laono Glamorous Camping is attracting visitors to come. One of affecting factor is social media. Social media recently has been used by the millennials in exploring the information and prosperous tourist references. then the researchers are interested taking the title of the Role of Social Media in the Decisions of Visiting Millennials to Digital Destinations De Loano Glamorous Camping Purworejo, Central Java

The research aims to find out the role of social media in the visiting decision of millenials visitor to the digital destination De Laono Glamorous Camping, Purworejo, Central Java. The research uses quantitative method conducted 50 visitors coming to De Laono Glamorous Camping and the technique is purposive sampling. The analytical technique is used by multiple linear regression test to observe the relationship among the role of social media to the visiting decision of millennial visitors.

The result of the research shows that the role of social media (participation, openness, conversation, community, and connectednees) simultaneously effect the visiting decision of millenial visitor significantly and positively. The estimation shows that the role of social media contributes 41,7% in the visiting decision and social media is the most influence on visiting desicion namely the connectednees with the value of sig. $003 < 0,05$.

Keys: Digital Destination, Social Media, Visiting Decision, Millennial Tourist

BAB I

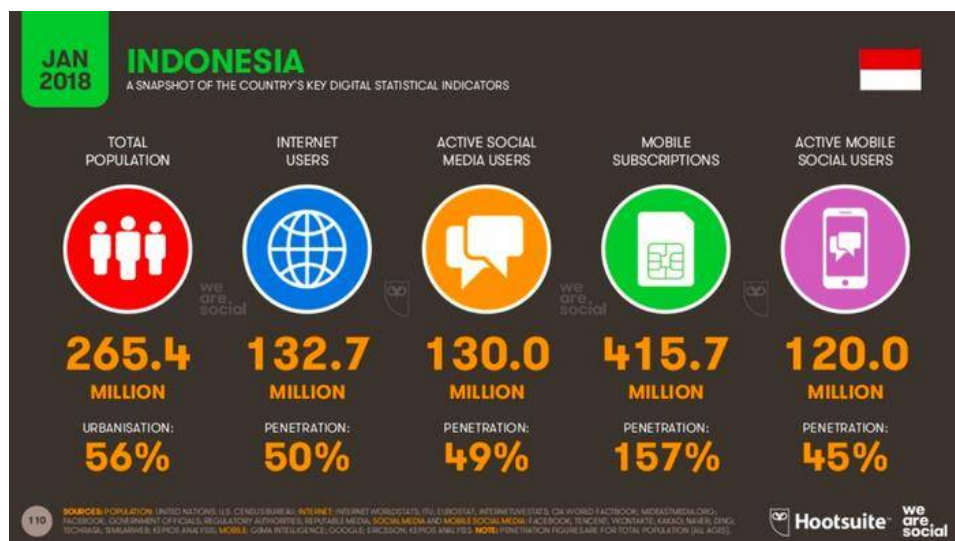
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era digital saat ini segala aspek mengalami perubahan yang cepat, hal ini ditandai dengan hadirnya teknologi komunikasi dan teknologi informasi yang tentunya fenomena ini mempengaruhi perkembangan pariwisata saat ini. Teknologi yang paling diminati ialah internet dan telepon pintar. Hanya dengan dua perangkat ini seseorang sudah dapat melakukan banyak hal. Mulai berkomunikasi, mendapatkan berita hingga bekerja sekalipun. Era globalisasi informasi diwarnai dengan perkembangan internet dan berbagai sosial media yang saat ini banyak digunakan manusia untuk membantu kegiatan akses berbagai informasi dan eksistensi diri. Pada era digital saat ini, kemajuan peradaban membawa dampak pada perilaku manusia dimana dahulu pencarian informasi masih menggunakan media elektronik dan media cetak seperti televisi, radio, dan surat kabar, pada era digital ini manusia lebih banyak memanfaatkan kecanggihan teknologi media *online* dalam kesehariannya.

Setiap aktivitas manusia di seluruh dunia mampu dijangkau melalui sosial media seperti *twitter*, *instagram*, *facebook*, dan lain sebagainya tanpa adanya batas-batas ruang, biaya, waktu, usia, suku, budaya, maupun agama yang dapat menghambat proses komunikasi, termasuk masyarakat Indonesia pada umumnya dalam memperoleh informasi. Dikutip dari (inet.detik.com), hal itu dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh *We Are Social* yang

bekerjasama dengan *Hootsuite*, menyebutkan bahwa ada sekitar 130 juta orang Indonesia yang terbilang aktif di media sosial. Hal tersebut mengungkapkan bahwa total populasi Indonesia mencapai 265,4 juta jiwa, sedangkan pengguna internetnya setengah dari populasi, yakni sebesar 132,7 juta, dari jumlah 132,7 juta pengguna internet, 130 juta diantaranya pengguna aktif di media sosial dengan penetrasi 49%. Bila dilihat dari jumlah pengguna internetnya, maka bisa dibilang seluruh pengguna internet di Indonesia sudah mengakses media sosial. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan data statistik dibawah ini



Gambar 1.1 Statistik Digital Indikator di Indonesia

Sumber: *We Are Social* dan *Hootsuite*

Pada saat ini perkembangan generasi *millennial* yaitu generasi (Y) dan juga generasi (Z) semakin besar pengaruhnya, dimana kedua generasi tersebut selalu terkoneksi dengan dunia digital. Cara generasi *millennial* dalam melakukan kegiatan berwisata pun berbeda dengan generasi sebelumnya yang masih menggunakan cara konvensional, yaitu wisatawan generasi *millennial*

memiliki ciri *connectivity*, *looking for interaction*, *happy to share*, *authentic experience*, dan *selective spending*, (dikutip dari Rencana Strategis 2018-2019 KEMENPAR:78).

Ciri yang pertama *connectivity*, dalam hal ini generasi *millennial* selalu terkoneksi dengan internet, media sosial, dan juga media digital. Ciri yang kedua yaitu *looking for interaction*, merupakan ketertarikan generasi *millennial* untuk berinteraksi dengan penduduk setempat, mencari pengalaman otentik, dan pengetahuan lokal, serta pengembangan *soft skill*. Ciri yang ketiga *happy to share*, yaitu mengedepankan akses dan ulasan. Ciri yang keempat *authentic experience* yaitu wisatawan yang selalu mengedepankan pengalaman yang didapat selama berwisata. Ciri yang kelima yaitu *selective spending*, yaitu pola pengeluaran wisatawan *millennial* sesuai dengan identitas individu. Dari kelima ciri generasi *millennial* dan juga perubahan pada era digital maka akan membuat perubahan yang pesat dalam dunia pariwisata, tentunya hal tersebut dianggap hal yang baik dalam industri pariwisata untuk memberikan pertimbangan dalam mengadopsi strategi yang berkaitan dengan digital dan wisatawan *millennial*.

Dalam mengadopsi strategi yang berkaitan dengan digital dan *millennial*, maka pemerintah melalui kementerian pariwisata membuat program *Digital Tourism (E-Tourism)* dalam menarik kunjungan wisatawan *millennial*, hal tersebut dimaksudkan untuk mendorong perubahan menuju penyelenggaraan pariwisata berbasis digital. Melalui pemanfaatan teknologi informasi yaitu internet, semua informasi yang mendukung perjalanan wisata

yang ditemukan di media sosial menjadi semakin mudah diakses, hal tersebutlah yang menjadi acuan Kementerian Pariwisata untuk membuat Destinasi Digital.

Menurut Yahya (www.kemempar.go.id), Destinasi Digital adalah sebuah destinasi yang viral di media sosial, dan gaul di *Instagram*. Anak zaman sekarang sering menyebut diferensiasi produk destinasi baru ini dengan istilah: “*Instagramable*.” Serta destinasi digital adalah destinasi yang indah kamera yang mendorong pengunjung untuk memotret menggunakan kamera di perangkat telepon pintar yang dimiliki. Lantas, foto tersebut diunggah di media sosial dan mengundang interaksi baik berupa *views*, *likes*, *comments*, *repost* maupun *share*.

Salah satu wisata Digital yang memiliki destinasi indah kamera serta mendorong pengunjung untuk memotret menggunakan kamera di perangkat telepon pintar yang dimilikinya adalah Destinasi Digital *De Loano Glamorous Camping*, Purworejo, Jawa Tengah. Destinasi ini merupakan realisasi dari Peraturan Presiden nomor 46 tahun 2017 tentang pengelolaan kawasan pariwisata Borobudur yang dijalankan oleh Kementerian Pariwisata melalui program Badan Otoritas Borobudur untuk menarik dan meningkatkan kunjungan wisatawan nusantara dan juga mancanegara. Wisata alam berbasis *Nature*, *Adventure*, *Eco-Tourism* dan memiliki tema wisata yaitu *nomadic tourism* ini baru diresmikan pada tanggal 14 Februari 2019 yang terletak di Desa Sedayu, Kecamatan Loano, Kabupaten Purworejo.

Lokasi yang berada di ketinggian Bukit Menoreh dengan pemandangan alam yang hijau asri dan pemandangan indah hutan pinus tentu menjadi daya tarik tersendiri. Yang menjadi salah satu daya tarik dari tempat ini adalah fasilitas menginap seperti *camping* akan tetapi pengunjung dimanjakan dengan fasilitas seperti di hotel. Sebagai salah satu obyek wisata alam yang masih baru dan belum lama dikenal oleh umum, Wisata Alam Destinasi Digital *De Loano Glamorous Camping*, Purworejo dihadapkan pada tantangan untuk dapat menarik hati para wisatawan khususnya wisatawan *millennial* untuk berkunjung. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi perilaku wisatawan dalam memutuskan perjalanan wisata, salah satunya yaitu media sosial. Selain itu wisatawan *millennial* terbiasa mengakses informasi mengenai atraksi wisata kekinian tersebut melalui internet (Damasdino, 2017: 549). Salah satu motivasi inilah yang membuat para generasi *millennial* ini berkunjung ke destinasi digital *De Loano Glamorous Camping*, Purworejo.

Badan Otoritas Borobudur sebagai pengelola destinasi digital *De Loano Glamorous Camping*, Purworejo telah menyediakan wisata alam yang kekinian dengan membangun fasilitas *Glamorous Camping* beserta fasilitas seperti menginap di hotel dengan spot-spot foto yang menarik dan juga *Borobudur Hill*, serta mempromosikannya melalui media sosial dengan tampilan yang menarik. Selain itu dari hasil penelitian Isnaini dan Abdillah (2018: 128), kualitas dari destinasi wisata selain meningkatkan keputusan berkunjung wisatawan *millennial* juga dapat menciptakan kepuasan pengunjung. Berdasarkan fenomena – fenomena yang tertera di atas, peneliti tertarik untuk

melakukan penelitian dengan judul “**PERAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN MILLENNIAL KE DESTINASI DIGITAL DE LOANO GLAMOROUS CAMPING, PURWOREJO, JAWA TENGAH**”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah: Bagaimana peran media sosial terhadap keputusan berkunjung wisatawan *millennial* ke Destinasi Digital *De Loano Glamorous Camping*, Purworejo, Jawa Tengah. Serta manakah faktor karakter media sosial yang paling berpengaruh terhadap keputusan wisatawan dalam berkunjung ke destinasi.

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan secara mendalam serta fokus dan tidak melebar, maka penulis memberi batasan pada peran media sosial sebagai informasi destinasi dan keputusan berkunjung wisatawan *millennial*. Sosial media dilihat berdasarkan karakteristik yang dimilikinya yaitu partisipasi, keterbukaan, perbincangan, komunitas dan keterhubungan yang dikemukakan oleh Mayfield (2008:5). Sedangkan teori keputusan berkunjung wisatawan dibatasi dengan menggunakan teori keputusan berkunjung yang dikemukakan oleh Woodside dan Martin (2008:18), yaitu keputusan berkunjung wisatawan dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu faktor penarik dan faktor pendorong.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui ada atau tidaknya peran media sosial sebagai informasi destinasi terhadap keputusan berkunjung wisatawan *millennial* ke destinasi digital *De Loano Glamorous Camping*, Purworejo, Jawa Tengah. Serta mengetahui faktor karakter media sosial yang paling berpengaruh terhadap keputusan wisatawan dalam berkunjung ke destinasi.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan setelah adanya penelitian yang diperoleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Bagi Badan Otoritas Borobudur.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi instansi terkait sebagai informasi ataupun bahan masukan dalam membuat strategi pemasaran destinasi wisata Kawasan wisata Borobudur melalui media digital untuk meningkatkan jumlah keputusan berkunjung wisatawan.

2. Bagi pengelola destinasi digital *De Loano Glamorous Camping*.

Hasil penelitian ini dapat menjadi pertimbangan dan masukan serta bahan kajian atau dasar pedoman pengelola dalam pengembangan wisata dari segi atraksi dan juga peran media sosial sebagai sarana dalam memahami perilaku konsumen khususnya pengguna media sosial di Indonesia. Sehingga dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

3. Bagi Institusi STP AMPTA.

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan rujukan dan referensi untuk penelitian yang relevan di masa yang akan datang.

4. Bagi peneliti.

Tulisan ini dapat menjadi sarana untuk mengembangkan wawasan penulis tentang peran media sosial dan keputusan berkunjung wisatawan *millennial*.