

Abstrak

Pengaruh Perceived Value dan Transactive Memory System Terhadap Pemanfaatan Media Sosial Untuk Mendapatkan Informasi Wisata

Media sosial merupakan bagian dari perkembangan teknologi yang menjadi wadah bagi informasi untuk disajikan dengan berbagai macam tujuan. Perkembangan media sosial memungkinkan orang-orang di berbagai tempat untuk saling berhubungan dan berbagi informasi. Fenomena tersebut memberikan dampak yang cukup besar terutama pada sektor pariwisata. Pengguna media sosial melihat itu sebagai sarana untuk membantu dalam pengambilan keputusan ketika mencari informasi terkait wisata. Meskipun demikian hal tersebut tidak serta merta membuat informasi wisata yang ada di media sosial diterima oleh setiap pengguna. Berbagai macam kendala seperti keabsahan informasi, maraknya peredaran informasi palsu, serta kredibilitas pemilik informasi, membuat pengguna media sosial semakin berhati-hati dalam memilih informasi yang beredar. Penelitian ini bertujuan untuk mencari faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi penggunaan media sosial dalam memutuskan informasi wisata yang diterima. Pengadopsian model Perceived Value dan Transactive Memory System diharapkan mampu memperlihatkan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pengguna media sosial ketika menemukan informasi. Pengujian pada penelitian ini dilakukan secara empiris dengan menggunakan data hasil survei dari 228 pengguna media sosial yang telah melakukan pencarian informasi wisata. Analisis dilakukan menggunakan teknik Structural Equation Modeling (SEM) yang menunjukkan hasil bahwa Perceived Value termasuk didalamnya Information Reliability, Enjoyment, Complexity dan Effort memiliki dampak positif terhadap penerimaan informasi wisata di media sosial. Namun, hal tersebut berbeda dengan hasil yang ditunjukkan oleh variabel Transactive Memory System (TMS). Terdapat tiga variabel yang digunakan yaitu Specialization, Coordination dan Credibility, akan tetapi hanya satu yang memberikan pengaruh yaitu Credibility.

Kata kunci

media sosial, perceived value, transactive memory system, informasi wisata

Abstract

Effect of Perceived Value and Transactive Memory System on the Use of Social Media to Obtain Tourism Information

Social media is part of the development of technology which is a forum for information to be presented with various purposes. This development has become a phenomenon that has a major impact especially on the tourism sector. Social media users see it to assist in decision making when looking for tourism-related information. However, this does not necessarily make tourist information accepted by every user. Various kinds of obstacles such as the validity of information, the circulation of false information, and the credibility of the owner of the information, make social media users more careful in choosing the information. This study aims to find out what factors influence the use of social media in deciding on tourist information received. The adoption of the Perceived Value and Transactive Memory System models are expected to be able to show the factors that influence the decisions of social media users. Tests in this study were carried out empirically using survey data from 228 social media users. The analysis was carried out using Structural Equation Modeling (SEM) techniques which showed the results that Perceived Value included in Information Reliability, Enjoyment, Complexity and Effort had a positive impact on the receipt of tourist information on social media. But it is different from the results shown by TMS which acts as a moderator variable. There are three TMS variables used, Specialization, Coordination, and Credibility, but based on the results of the study only Credibility has affects.

Kata kunci

social media, perceived value, transactive memory system, tourist information