

INTISARI

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menggambarkan motivasi yang mendorong wisatawan Surabaya untuk membagi pengalaman berwisatanya saat berada di Pulau Bali melalui media sosial. Media Sosial yang dipilih terbagi menjadi delapan jenis media sosial. Target populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah wisatawan domestik yang bertempat tinggal di Surabaya dan pernah melakukan perjalanan wisata di Pulau Bali. Dipilihnya responden tersebut dimaksudkan agar informasi atau data yang didapat untuk kebutuhan penelitian sesuai dengan kenyataan (obyektif).

Aras dan skala yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan dua jenis aras dan skala yaitu nominal serta ordinal. Pengumpulan data berasal dari data primer yaitu dengan penyebaran kuesioner yang dibagikan kepada responden dan bersifat tertutup (*close ended questions*), yaitu jawaban responden telah dibatasi dengan menyediakan alternative jawaban. Sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini sejumlah 150 responden. Metode pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, statistik deskriptif, dan tabulasi silang dengan statistik uji chi-square pada signifikansi 0,05% ($p < 0,05$) dengan menggunakan program SPSS 20.0.

Dari penelitian ini didapatkan hasil bahwa ada motivasi yang mendorong wisatawan Surabaya untuk membagi pengalaman wisatanya di Pulau Bali melalui media sosial. Dimensi yang memiliki frekuensi setuju tertinggi ada pada *self-centred motivations* dengan pernyataan frekuensi setuju tertinggi pada pernyataan saya ingin menjaga hubungan sosial dan pertemanan.

Kata Kunci: *Sharing Motivation*, Media Sosial, Wisatawan

ABSTRACT

The purpose of this research is to describe the motivation that drives tourists Surabaya for sharing their tourism experiences while in Bali through social media. Social media that is selected is divided into eight types of social media. The target population used in this study are domestic tourists who reside in Surabaya and who had a holiday in Bali. The choice of respondents is intended that the information or data obtained for research needs in accordance with the fact (objective).

Aras and scales used in this study using two types of aras or scale that is nominal and ordinal. The collection of data derived from primary data by distributing questionnaires were distributed to the respondents and is closed (close-ended questions), the respondents have been restricted by providing alternative answers. The samples were determined in this study a total of 150 respondents. Data processing method used in this study include the use of validity, reliability, descriptive statistics and cross-tabulations with chi-square test statistic at 0.05% ($p < 0.05$) by using SPSS 20.0.

From this study showed that there are motivations that encourage tourists Surabaya for sharing their tourism experiences in Bali through social media. Dimension which has the highest frequency agree there on a self-centred motivations with the highest frequency agree in the statement I want to maintain social connections and friendship.

Keywords : Sharing Motivation , Social Media , Tourist.