

ABSTRAK

Tutur Lima Marbun. *Pengaruh Media Sosial Dalam Membentuk Citra Destinasi Wisata Alam Danau Toba (Studi Kasus Bukit Sibeabea)*, Dibimbing oleh Juni Anggraini Ginting dan Nukeu Novia Andriani.

Media sosial mengacu pada platform online yang memungkinkan individu untuk memamerkan diri mereka sendiri, terlibat dalam interaksi, bekerja sama, berbagi konten, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan menjalin hubungan sosial virtual. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki potensi dampak media sosial terhadap persepsi dan gambaran destinasi wisata alam Danau Toba, dengan fokus khusus pada studi kasus Bukit Sibeabea. Penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan langsung dari sumber aslinya melalui wawancara atau pemberian kuesioner kepada sampel sebanyak 100 responden. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini melibatkan pemanfaatan analisis linier berganda dengan bantuan software SPSS 25. Temuan penelitian menghasilkan koefisien determinasi R^2 sebesar 0,540%. Nilai koefisien tersebut menunjukkan bahwa faktor independen yang meliputi arsip, interaksi, konten oleh pengguna, dan distribusi menyumbang 54% varians pada variabel dependen yaitu gambar destinasi. Sisanya sebesar 46% varians disebabkan oleh variabel tambahan yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.. Untuk ke empat variabel bebas yaitu arsip, interaksi, konten oleh pengguna dan penyebaran, hanya ada dua variabel yang cenderung berpengaruh signifikan terhadap variabel citra destinasi. Variabel yang paling berpengaruh adalah variabel konten oleh pengguna (X3) dengan nilai unstandardized B. Dari hasil penelitian ini, peneliti memberikan saran kepada pengelola objek wisata Bukit Sibeabea untuk meningkatkan penyebaran terkait informasi seputar objek wisata Bukit Sibeabea di media sosial guna agar setiap wisatawan yang berkunjung ke akun media sosial objek wisata Bukit Sibeabea dapat mengetahui tentang apa saja yang terdapat dalam objek wisata tersebut.

Kata kunci: Media Sosial, arsip, interaksi, konten oleh pengguna, penyebaran, Citra Destinasi

ABSTRACT

TUTUR LIMA MARBUN.. *The Influence of Social Media in Shaping the Image of Lake Toba Natural Tourism Destinations (Case Study of Bukit Sibeabea)*, Dibimbing oleh JUNI ANGGRAINI GINTING dan NUKEU NOVIA ANDRIANI

Social media refers to online platforms that enable individuals to exhibit themselves, engage in interactions, cooperate, share content, communicate with other users, and establish virtual social connections. The primary objective of this study is to investigate the potential impact of social media on the perception and portrayal of the Lake Toba natural tourism destination, with a specific focus on the case study of Bukit Sibeabea. This research used primary data, which was directly gathered from the original source via interviews or the administration of questionnaires to a sample of 100 respondents. The technique used in this study involves the utilisation of multiple linear analysis with the aid of SPSS 25 software. The study findings yielded an R² coefficient of determination of 0.540%. The coefficient value indicates that the independent factors, which include archives, interactions, content by users, and distribution, account for 54% of the variance in the dependent variable, namely destination picture. The remaining 46% of the variance is attributed to additional variables that were not included in this study.. From the results of this study, the researcher provides advice to the manager of the Bukit Sibeabea tourist attraction to increase the dissemination of information related to the Bukit Sibeabea tourist attraction on social media so that every tourist who visits the social media account of the Bukit Sibeabea tourist attraction can find out about what is happening. located in this tourist attraction..

Keywords: *Social Media, archives, interaction, content by users, dissemination, Destination Image.*