

Ketertarikan Wisatawan Gen Z Terhadap Video Trendi Melalui Aplikasi Tiktok dalam Peningkatan Kunjungan Ke Bukit Trunyan, Bali

Gde Made Nugraha Regita, Nyoman Wibawa Saputra, I Dewa Gede Yodya Anggara Giri, Kadek Ayu Ekasani

^{1,2,3,4}Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional, ekasani@ipb-itl.ac.id

Article Info	ABSTRAK
<p>Article history: Received 13 Agustus, 2024 Revised 29 Agustus, 2024 Accepted 5 September 2024</p>	<p>Pariwisata yang sedang dibangun dan dikembangkan oleh pemerintah Bali diantaranya adalah desa wisata. TikTok memanfaatkan algoritma yang canggih untuk menampilkan video yang disesuaikan dengan preferensi dan minat penggunanya, membuatnya sangat adiktif dan mampu mempertahankan <i>engagement</i> pengguna. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis perilaku wisatawan, khususnya generasi Z, dalam melakukan kunjungan wisata ke Bukit Trunyan. Penelitian ini bertujuan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi ketertarikan mereka, pola perilaku selama kunjungan, serta preferensi wisata yang menjadi daya tarik utama di destinasi tersebut.. Jenis metode yang digunakan yaitu metode mixed method yang menggabungkan kuantitatif dan kualitatif untuk memahami fenomena secara komprehensif. Hasil penelitian yaitu generasi Z yang merupakan kelompok usia yang terbiasa dengan teknologi dan terkoneksi secara digital, menunjukkan ketertarikan yang signifikan terhadap Bukit Trunyan di Bali. Konten Viral secara statistik berpengaruh signifikan terhadap peningkatan Minat Wisata ke Bukit Trunyan, sehingga hipotesis bahwa Konten Viral mempengaruhi minat wisata tersebut diterima.</p>
<p>Kata Kunci: Gen Z Pariwisata Tiktok</p>	<p>ABSTRACT</p> <p><i>Tourism that is being built and developed by the Bali government includes tourist villages. TikTok utilizes a sophisticated algorithm to display videos tailored to its users' preferences and interests, making it highly addictive and able to maintain user engagement. The aim of the research is to identify the interest of tourists, especially Gen Z, in visiting Trunyan Hill. The type of method used is a mixed method which combines quantitative and qualitative to understand phenomena comprehensively. The research results show that generation Z, which is an age group that is used to technology and is connected digitally, shows significant interest in Trunyan Hill in Bali. Viral content has a statistically significant effect on increasing tourist interest in Trunyan Hill, so the hypothesis that viral content influences tourism interest is accepted.</i></p>



Penulis Korespondensi:**Kadek Ayu Ekasani,**

Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional

Jalan Kecak, No.12, Gatot Subroto Timur, Bali

Email: ekasani@ipb-itl.ac.id

1. PENDAHULUAN

Pariwisata yang sedang dibangun dan dikembangkan oleh pemerintah Bali diantaranya adalah desa wisata, untuk memanfaatkan keunikan, keindahan alam dan kebudayaan yang beragam di tiap desa yang ada di Bali, Pemerintah Bali memfokuskan untuk melakukan pengembangan desa wisata supaya semua aspek pariwisata di Bali dapat berkembang dengan optimal (Sanjaya & Sudiarta, 2023). Saat ini desa wisata yang banyak wisatawan berkunjung yaitu Desa Trunyan. Desa ini adalah desa yang ada di tepi Danau Batur di Bali, Indonesia. Desa ini terkenal karena tradisi uniknya terkait pemakaman yang berbeda dari kebanyakan tradisi Bali lainnya. Di Trunyan, mayat-mayat tidak dikubur atau dibakar seperti kebanyakan pemakaman Hindu Bali, tetapi dibiarkan di atas tanah terbuka di bawah pohon-pohon besar di dekat danau yang bernama pohon Taru Menyan. Tidak hanya tradisi pemakamannya saja yang menarik dari Desa Trunyan bagi para wisatawan, Desa Trunyan juga menawarkan pemandangan alam dengan lanskap Danau Batur, Gunung Batur, Gunung Agung, Gunung Abang hingga bayangan puncak gunung tertinggi di Lombok yakni Gunung Rinjani melalui Bukit Trunyan. Berlokasikan di tepi timur Danau Batur, bukit ini ramai dikunjungi oleh berbagai golongan wisatawan mancanegara dan domestic, khususnya golongan wisatawan lokal yaitu Gen Z.

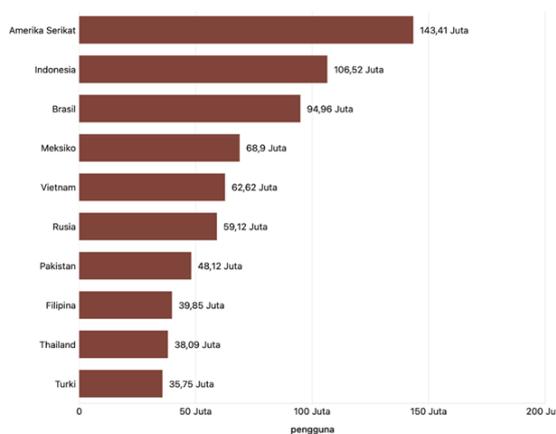
Generasi Z "Gen Z," "iGeneration," "post-Millennials," atau "Homeland Generation" merujuk pada kelompok demografis lahir setelah Millennials (Generasi Y), biasanya dari pertengahan hingga akhir tahun 1990-an sampai tahun 2010-an. Gen Z, generasi pertama yang tumbuh bersama dengan era digital yang memiliki akses digital internet, media sosial, dan teknologi digital sejak usia dini. Sehingga hal tersebut membuat mereka sangat terampil dalam menggunakan teknologi, berkomunikasi melalui platform digital, cepat mengakses informasi, dan tanggap dalam merespons fenomena sosial. (Sawitri, 2023). Di sisi lain, Generasi Z cenderung lebih aktif dalam berpartisipasi dalam aktivitas sosial melalui internet dan memiliki kemampuan cepat dalam menemukan serta memahami informasi (Noordiono, 2016). Oleh karena itu Generasi Z dikenal dengan generasi yang mahir dibidang teknologi informasi serta semua aplikasi digital. Informasi yang mereka butuhkan dalam kepentingan pendidikan atau pribadi mudah untuk mereka dapatkan. Di era saat ini, tidak dapat dipungkiri bahwa hampir setiap jam, bahkan setiap menit, media sosial selalu digunakan oleh berbagai kalangan, terutama Generasi Z. Media sosial menjadi platform interaksi antarindividu yang memungkinkan penciptaan, pembagian, pertukaran, dan modifikasi ide atau gagasan dalam bentuk komunikasi virtual atau melalui jaringan internet secara *realtime* (Firamadhina & Krisnani, 2021). Artinya, Gen Z menghabiskan sebagian besar waktu mereka berada di Online dalam berbagai platform media sosial terkini (Fahreza & Caesariano, 2021). Aplikasi tersebut antara lain Instagram, Facebook, Twitter atau X, Youtube, dan sosial media yang paling banyak dipakai sebagai media informasi dan hiburan yaitu TikTok.

TikTok merupakan media sosial serta platform video musik berasal dari China, ByteDance yang terbit pada September tahun 2016. Dilansir Beautynesia ada 5 jenis konten Tik Tok yaitu konten hiburan, edukasi, masak, haul serta tutorial. Aplikasi sangat populer di berbagai generasi khususnya generasi muda dan telah menjadi platform utama untuk ekspresi kreatif melalui video berdurasi singkat maupun panjang dengan mencakup berbagai genre konten yang diinginkan (Pambudi, 2023). TikTok adalah salah satu media sosial yang banyak digunakan sebagai platform untuk promosi *online* barang atau jasa, biasanya dalam bentuk foto dan video. TikTok telah berkembang sangat pesat, melampaui media lainnya seperti Facebook, Instagram, YouTube, dan Twitter. Media baru ini menawarkan digitalisasi,

konvergensi, interaktivitas, dan pengembangan jaringan dalam penyampaian pesan (Siswo Martono dan Hardman Budiarjo, 2021).

Perilaku Gen Z dalam menggunakan TikTok sebagai sarana edukasi dan aktivisme mencerminkan kreativitas dan inovasi remaja. Upaya untuk mengubah perilaku ini melibatkan transformasi persepsi negatif terhadap media sosial, yang sering dianggap menyebabkan perilaku adiktif. Namun, kreativitas yang ditunjukkan oleh pengguna TikTok mampu mengubah pandangan ini menjadi lebih positif. Artikel ini bertujuan untuk menunjukkan kepada pembaca bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga memiliki potensi sebagai media pendidikan dan aktivisme dalam konteks global, menggantikan metode tradisional (Firamadhina & Krisnani, 2020)

Perkembangan pesat platform media sosial dibuktikan melalui penelitian Apptopia sepanjang tahun 2021 yang menunjukkan urutan global platform media sosial paling banyak diunduh. Berdasarkan data dari *AppStore* dan *Play Store*, TikTok menjadi aplikasi yang paling banyak diunduh dengan 656 juta unduhan, diikuti oleh Instagram dengan 545 juta, Facebook dengan 416 juta, dan WhatsApp dengan 395 juta (Angelia, 2022). Di Indonesia, menurut data We Are Social pada Februari 2022, TikTok menduduki peringkat keempat sebagai media sosial yang paling sering digunakan. Sebanyak 63,1 persen dari total populasi Indonesia menggunakan aplikasi ini, naik signifikan dari 38,7 persen pada tahun 2021. Hal ini menunjukkan bahwa TikTok secara bertahap menjadi favorit di kalangan masyarakat (Bur et al., 2023). Indonesia menjadi urutan ke-2 sebagai jumlah terbanyak pengguna aplikasi media sosial TikTok di seluruh dunia dari berbagai generasi. Gen Z juga salah satu penyumbang sebagai pengguna aplikasi TikTok di Indonesia. Aplikasi TikTok merupakan aplikasi urutan pertama berdasarkan jumlah penggunaan oleh Generasi Z atau Gen Z (Santika, 2023).

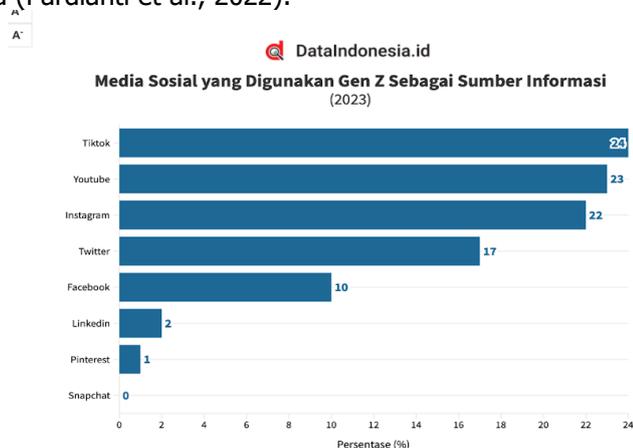


Sumber : databoks

Gambar 1. Jumlah pengguna aplikasi TikTok di berbagai Negara

TikTok memanfaatkan algoritma yang canggih untuk menampilkan video yang disesuaikan dengan preferensi dan minat penggunanya, membuatnya sangat adiktif dan mampu mempertahankan *engagement* pengguna (Susanto et.al., 2023). Sistem atau cara kerja dari tiktok dalam menampilkan video berdasarkan dengan data spesifik serta preferensi yang relevan. Beberapa cara algoritma dalam menampilkan konten "*for your page*" yaitu interaksi pengguna dalam memberikan like, komentar atau hanya menonton video sampai selesai. Analisis kata kunci serta hastag dapat memberikan perhatian yang khusus dalam deskripsi video. Dengan itu, algoritma dalam mengategorikan konten lebih efektif. Waktu yang digunakan dalam menonton juga dipantau sistem algoritma, sehingga memperhatikan berapa lama pengguna dalam menonton video lalu digunakan sebagai indikator dalam konten. Frekuensi postingan serta aktivitas terkini juga mempertimbangkan frekuensi

postingan serta aktivitas terkini *creator* untuk menentukan konten yang ditampilkan. Kreator dengan konsisten mengunggah konten yang memiliki kualitas serta mendapat perhatian lebih dari algoritma (Pardianti et al., 2022).



Sumber : DataIndonesia.id

Gambar 2. Persentase penggunaan sosial media gen Z

Kemajuan teknologi yang berkembang dengan terus menerus, dapat memberikan dampak yang positif di banyak bidang kehidupan. Salah satu yaitu pengguna media sosial. Tiktok berhasil menarik banyak perhatian Gen Z yang suka sekali mencari konten ringkas, menarik dan cepat. Berdasarkan pembahasan diatas, penelitian yang berjudul Ketertarikan Wisatawan Gen Z Terhadap Video Trendi Melalui Aplikasi Tiktok Dalam Peningkatan Kunjungan Ke Bukit Trunyan, Bali ini dilakukan untuk mengidentifikasi ketertarikan wisatawan khususnya Gen Z dalam melakukan kunjungan wisata ke Bukit Trunyan, Bali yang disebabkan oleh media sosial tiktok dan pengaruh video trendi aplikasi Tiktok terhadap peningkatan kunjungan wisatawan Gen Z ke Bukit Trunyan, Bali.

2. METODE RISET

Jenis metode yang digunakan yaitu metode *mixed method* yang menggabungkan kuantitatif dan kualitatif untuk memahami fenomena secara komprehensif. Prosesnya melibatkan desain penelitian, pengumpulan data, analisis data, dan interpretasi hasil dari kedua metode, menghasilkan data yang lebih valid, reliabel, dan kaya informasi (Wijaya, 2018). Dalam penelitian kualitatif, data dapat disederhanakan dan diubah dengan berbagai cara, seperti seleksi ketat, ringkasan, uraian singkat, penggolongan dalam pola yang lebih luas, dan lain sebagainya (Susanto et al., 2023).

Riset ini dilakukan di Bukit Trunyan yang berlokasi di Desa Trunyan, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli. Tahapan riset yaitu menganalisis dan mengidentifikasi ketertarikan gen Z dalam melakukan kunjungan ke Desa Trunyan, Bali dan menganalisis dampak media sosial TikTok terhadap kunjungan gen Z ke Bukit Trunyan, Bali.



Sumber : *Pinterest*. Diakses: 13 Februari 2024

Gambar 3. Lokasi Bukit Trunyan, Bali

Target riset yaitu teranalisisnya dan teridentifikasi alasan ketertarikan gen Z dalam melakukan kunjungan ke Bukit Trunyan, Bali dan ter analisisnya dampak yang dihasilkan oleh media sosial TikTok untuk menarik wisatawan khususnya wisatawan Gen Z.

Gambar 4. Metode Mixed Method

Dari diagram tersebut, metode *mixed method* menggabungkan metode kuantitatif dan kualitatif untuk memahami fenomena secara komprehensif. Metode kuantitatif mengukur dan menganalisis data numerik, sedangkan metode kualitatif mendalami fenomena sosial atau perilaku manusia. Penggabungan ini memberikan gambaran lebih lengkap, mengatasi keterbatasan masing-masing metode, dan memungkinkan triangulasi untuk memeriksa konsistensi hasil. Prosesnya melibatkan desain penelitian, pengumpulan data, analisis data, dan interpretasi hasil dari kedua metode, menghasilkan data yang lebih valid, reliabel, dan kaya informasi (Wijaya, 2018).

Teknik pengumpulan data dalam riset ini meliputi dokumentasi, observasi, wawancara, dan kuesioner. Dokumentasi mencatat informasi dari tulisan, gambar, atau karya monumental (Sugiyono, 2017). Observasi dilakukan secara langsung atau tidak langsung untuk membuktikan kebenaran penelitian. Wawancara adalah pertukaran informasi melalui tanya jawab antara peneliti dan informan, digunakan sebagai alat utama pengumpulan data (Sugiyono, 2019). Kuesioner mengumpulkan data melalui pertanyaan terkait masalah penelitian (Sugiyono, 2017). Sumber data dalam riset ini adalah wisatawan Gen Z yang menggunakan media sosial TikTok di Bukit Trunyan, Bali.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Faktor yang melatarbelakangi wisatawan (Gen Z) berkunjung ke Bukit Trunyan, Bali.

Generasi Z yang merupakan kelompok usia yang terbiasa dengan teknologi dan terkoneksi secara digital, menunjukkan ketertarikan yang signifikan terhadap Bukit Trunyan di Bali. Hal ini dipengaruhi kuat oleh media sosial, terutama TikTok. Di penelitian sebelumnya tentang "Pengaruh Viral Marketing Dalam Tiktok Terhadap Minat Berkunjung ke Alam Caldera Kintamani, Bali" milik (Sari et al. 2024) pengaruh viral marketing dalam tiktok terhadap minat berkunjung ke Alam Caldera Kintamani, maka diketahui bahwa viral marketing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan ke Alam Caldera Kintamani. Hasil analisis determinasi pengaruh viral marketing terhadap minat berkunjung ke alam caldera kintamani diperoleh nilai sebesar 84%. Hal ini menunjukkan bahwa viral marketing memiliki pengaruh sebesar 84% terhadap minat berkunjung ke alam

caldera kintamani. Sedangkan sisanya 16% dipengaruhi oleh factor lain yang tidak diteliti lebih lanjut. Dari data penelitian sebelumnya penulis mengetahui bahwa tiktok memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap minat berkunjung ke suatu destinasi wisata. Melalui wawancara dengan lima narasumber yang berbeda, di penelitian ini kami memilih narasumber dengan rentang usia 15-27 tahun yang termasuk wisatawan Gen Z dengan metode *purposive sampling*, penelitian ini menentukan karakteristik atau ciri-ciri narasumber yang dibutuhkan dalam penelitian ini yaitu wisatawan yang sedang berkunjung atau yang sudah pernah berkunjung ke Bukit Trunyan, Bali. Kita dapat melihat bagaimana pengaruh media sosial membentuk persepsi dan keputusan perjalanan mereka.

Secara keseluruhan, lima narasumber ini menggambarkan bagaimana media sosial, khususnya TikTok, telah mengubah cara Generasi Z memahami, merencanakan, dan menjalani perjalanan mereka. TikTok bukan hanya sekadar platform untuk hiburan, tetapi juga menjadi sumber inspirasi dan informasi yang penting bagi mereka. Konten-konten visual yang menarik di TikTok memberikan gambaran nyata tentang destinasi wisata, seperti Bukit Trunyan, yang mempengaruhi secara langsung keputusan perjalanan mereka.

Namun, sementara TikTok menjadi alat efektif untuk memperkenalkan pariwisata, ada tantangan dan dampak yang perlu diperhatikan. Misalnya, peningkatan kunjungan yang signifikan dapat menyebabkan masalah lingkungan seperti kerusakan jalur pendakian dan peningkatan sampah. Narasumber-narasumber juga menyarankan agar konten yang diproduksi tetap autentik dan tidak melebihi-lebihkan, untuk menjaga keberlanjutan dan integritas lingkungan destinasi wisata.

Dalam konteks ini, peran media sosial, terutama TikTok, dalam pariwisata telah menjadi fenomena yang mempengaruhi cara Generasi Z menjelajahi dunia. Dengan informasi yang cepat dan visual yang menarik, TikTok mampu menjangkau dan memengaruhi jutaan orang untuk mengunjungi tempat-tempat baru. Oleh karena itu, penting bagi industri pariwisata untuk terus mengembangkan strategi yang cerdas dan berkelanjutan dalam memanfaatkan kekuatan media sosial untuk mempromosikan destinasi wisata, sambil menjaga kelestarian lingkungan dan budaya yang unik.

Data triangulasi dari I Dewa Made Pradnya Laksmana, yang berasal dari Kabupaten Bangli, menunjukkan bahwa Generasi Z, termasuk De agus, menunjukkan minat signifikan terhadap Bukit Trunyan di Bali, terutama dipengaruhi oleh media sosial TikTok. Sebelumnya, Bukit Trunyan sepi wisatawan.

De agus mengungkapkan bahwa video trendi di TikTok tentang Bukit Trunyan mendorongnya untuk mengunjungi tempat tersebut. Media sosial berperan penting dalam merubah cara Generasi Z merencanakan dan menjalani perjalanan, menjadi sumber inspirasi dan informasi penting. Konten visual di TikTok memberikan gambaran nyata tentang destinasi wisata, memengaruhi keputusan perjalanan mereka. Namun, De agus juga sadar akan dampak negatif dari peningkatan kunjungan, seperti sampah dan kerusakan lingkungan. Ia menekankan pentingnya konten autentik dan edukasi tentang etika wisata yang bertanggung jawab untuk menjaga keberlanjutan dan integritas lingkungan. Strategi promosi yang cerdas dan berkelanjutan diperlukan agar peningkatan pariwisata tidak merusak warisan alam dan budaya. TikTok berperan besar dalam mempromosikan destinasi wisata, tetapi menjaga keseimbangan antara peningkatan pariwisata dan pelestarian lingkungan sangat penting.

Berdasarkan hasil di atas faktor yang melatarbelakangi wisatawan (Gen Z) berkunjung ke Bukit Trunyan, Bali antara lain:

1. Pemandangan alam yang indah.
2. Tantangan lokasi pendakian yang tinggi sekitar 1.800 mdpl.
3. Pemandangan Gunung Batur, Gunung Agung, Gunung Abang, dan Gunung Rinjani.

3.2 Pengaruh Video Trendi Melalui Aplikasi Tiktok Terhadap Niat Berkunjung Gen Z Ke Bukit Trunyan, Bali.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami pengaruh konten viral di TikTok terhadap minat Generasi Z untuk mengunjungi Bukit Trunyan, Bali. Menurut Malimbe (2021), TikTok adalah aplikasi yang menawarkan efek khusus yang unik dan menarik, serta memungkinkan pengguna dengan mudah membuat video pendek yang kreatif dan memikat banyak orang. Video-video ini dapat dibagikan kepada teman-teman di media sosial dan pengguna TikTok lainnya. TikTok sebagai salah satu platform media sosial paling populer di kalangan Gen Z, telah menjadi alat pemasaran yang sangat efektif. Studi ini menggabungkan hasil analisis regresi dengan temuan dari wawancara narasumber untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang bagaimana konten viral dapat mempengaruhi keputusan wisata.

Tabel 1. Jenis Kelamin Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	60	54.5	54.5	54.5
	Perempuan	50	45.5	45.5	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden laki-laki sebanyak 60 orang dengan persentase sebesar 54.5%, sedangkan responden Perempuan sebanyak 50 orang dengan persentase sebesar 45.5%. Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa yang lebih banyak berkunjung ke Bukit Trunyan adalah laki-laki.

Tabel 2. Usia Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	16	2	1.8	1.8	1.8
	17	2	1.8	1.8	3.7
	18	11	10.0	10.1	13.8
	19	18	16.4	16.5	30.3
	20	11	10.0	10.1	40.4
	21	24	21.8	22.0	62.4
	22	32	29.1	29.4	91.7
	23	6	5.5	5.5	97.2
	24	2	1.8	1.8	99.1
	26	1	.9	.9	100.0

Berdasarkan usia responden kalangan Gen Z, yaitu 16-26 tahun, usia yang paling banyak berkunjung ke Bukit Trunyan adalah usia 22 tahun sebanyak 32 responden dengan persentase 29,1%. Pengukuran ini dilakukan untuk mengetahui rentangan usia Gen Z yang mendominasi dan datang berkunjung ke Bukit Trunyan, Bali.

Tabel 3 Uji Analisis Regresi Sederhana

Coefficients					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-3.016	1.233		-2.446	.016
Konten Viral	.892	.055	.841	16.094	.000

Hasil analisis regresi menunjukkan variabel independen "Konten Viral" mempunyai koefisien regresi 0.892. Berarti setiap peningkatan satu unit dalam Konten Viral akan meningkatkan Minat Wisata ke Bukit Trunyan sebesar 0.892 unit. Nilai p-value untuk koefisien ini adalah 0.000, yang menunjukkan signifikansi statistik pada tingkat 5%. Nilai koefisien beta sebesar 0.841 juga menunjukkan bahwa Konten Viral memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap Minat Wisata ke Bukit Trunyan. Intercept atau konstanta sebesar -3.016 juga signifikan dengan nilai p-value 0.016, menunjukkan ketika tidak ada Konten Viral, Minat Wisata ke Bukit Trunyan diprediksi akan berada pada nilai negatif.

Tabel 4. Uji Partial T

Coefficients					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-3.016	1.233		-2.446	.016
Konten Viral	.892	.055	.841	16.094	.000

Uji T parsial memperkuat hasil ini dengan menunjukkan bahwa variabel independen "Konten Viral" memiliki nilai t sebesar 16.094 dan nilai signifikansi (p-value) 0.000. Nilai p-value sangat kecil ini mengindikasikan koefisien regresi untuk Konten Viral secara statistik signifikan pada tingkat signifikansi 5%. Artinya, ada cukup bukti untuk menyatakan bahwa peningkatan dalam Konten Viral secara signifikan meningkatkan Minat Wisata ke Bukit Trunyan. Konstanta dalam model ini juga signifikan dengan nilai t -2.446 dan p-value 0.016. Hal ini di dukung dengan penelitian sebelumnya yang disampaikan oleh (Husna & Mairita 2024) menyatakan TikTok menampilkan konten yang populer dengan menempatkannya di beranda pengguna, yang sering disebut sebagai *For You Page* (FYP). Hal ini dilakukan berdasarkan minat dan preferensi pengguna. Algoritma aplikasi ini memungkinkan konten dari siapa saja untuk muncul di FYP, meskipun pengguna tersebut tidak mengikuti akun pemilik konten. Konten yang masuk ke FYP cenderung mendapatkan banyak respons dari pengguna lain, bahkan jika mereka tidak mengikuti akun tersebut.

Tabel 5. Uji Simultan F
ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1775.096	1	1775.096	259.005	.000
	Residual	733.326	107	6.854		
	Total	2508.422	108			

Uji simultan F yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel independen, yaitu "Konten Viral", berpengaruh signifikan pada variabel dependen, yaitu "Minat Wisata ke Bukit Trunyan". Nilai F sebesar 259.005 yang sangat tinggi dan lebih besar dari F tabel ($df_1=1$, $df_2=107$, $\alpha=5\%$) 3,94, serta nilai signifikansi (p-value) 0.000 yang jauh lebih kecil dari 0.05. Nilai ini menunjukkan bahwa ada hubungan yang sangat kuat antara Konten Viral dan Minat Wisata ke Bukit Trunyan. Dengan kata lain, Konten Viral secara statistik berpengaruh signifikan terhadap peningkatan Minat Wisata ke Bukit Trunyan, sehingga hipotesis bahwa Konten Viral mempengaruhi minat wisata tersebut diterima. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima. Disimpulkan Konten Viral berpengaruh secara simultan terhadap Minat Wisata Gen Z ke Bukit Trunyan. Hal ini di dukung dengan penelitian terdahulu oleh (Namira et al, 2023) mengenai konten TikTok dapat mempengaruhi wisatawan dalam berkunjung destinasi wisata dan menjadikan acuan utama bagi wisatawan dalam minat berkunjung. Pada jurnal ini membahas tentang pengaruh dari pembuatan konten Tiktok pada minat berkunjung wisatawan perempuan . Sedangkan penelitian ini menggunakan kelompok usia generasi Z sebagai informan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan diatas, penelitian yang berjudul Ketertarikan Wisatawan Gen Z Terhadap Video Trendi Melalui Aplikasi Tiktok Dalam Peningkatan Kunjungan Ke Bukit Trunyan, Bali ini dilakukan untuk mengidentifikasi ketertarikan wisatawan khususnya Gen Z dalam melakukan kunjungan wisata ke Bukit Trunyan, Bali yang disebabkan oleh media sosial tiktok dan pengaruh video trendi aplikasi Tiktok terhadap peningkatan kunjungan wisatawan Gen Z ke Bukit Trunyan, Bali, dapat disimpulkan bahwa generasi Z yang merupakan kelompok usia yang terbiasa dengan teknologi dan terkoneksi secara digital, menunjukkan ketertarikan yang signifikan terhadap Bukit Trunyan di Bali. Konten Viral secara statistik berpengaruh signifikan terhadap peningkatan Minat Wisata ke Bukit Trunyan, sehingga hipotesis bahwa Konten Viral mempengaruhi minat wisata tersebut diterima.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penelitian ini. Terima kasih kepada para narasumber yang telah memberikan wawasan berharga melalui wawancara, serta kepada seluruh tim penelitian yang telah bekerja keras dalam mengumpulkan dan menganalisis data. Terima kasih juga kepada Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi melalui Direktorat Pembelajaran dan Kemahasiswaan serta Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional yang memberikan dukungan pendanaan sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Angelia, D. (10). Aplikasi Paling Banyak Diunduh 2021, TikTok dan Instagram Teratas.
- Fahreza, G., & Caesariano, L. (2021). Minat Generasi Z Pada Eksplorasi Wisata Adventure "Body Rafting" Sebagai Tujuan Wisata Petualangan Di Objek Wisata Citumang Kabupaten Pangandaran. *Jurnal Kajian Pariwisata Dan Bisnis Perhotelan*, 2(3):243-251
- Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2020). Perilaku generasi Z terhadap penggunaan media sosial TikTok: TikTok sebagai media edukasi dan aktivisme. *Share Social Work Journal*, 10(2), 199-208.
- Husna, A. H., & Mairita, D. (2024). Gen Z dan Perilaku Konsumsi Konten Influencer pada TikTok. *Jurnal Riset Komunikasi*, 7(1), 86-100.
- Malimbe, A., Waani, F., & Suwu, E. A. A. (2021). Dampak Penggunaan Aplikasi Online Tiktok (Douyin) Terhadap Minat Belajar di Kalangan Mahasiswa Sosiologi

- Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal Ilmiah Society*, 1(1), 1–10.
- Namira, A. A., Gunadi, I. M. A., & Nurhidayati, H. (2023). Mengenal Preferensi Minat Berkunjung Wisatawan Perempuan: Pengaruh Konten Tiktok terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Perempuan ke Destinasi Wana Wisata Ranca Upas Bandung. *Destinesia: Jurnal Hospitaliti dan Pariwisata*, 5(1), 1-7.
- Pambudi, D. J. (2023). *Efektivitas Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Pariwisata Seloarjuno Campventure*. Thesis.
- Pardianti, M. S., Valiant, V., Sos, S., & Ikom, M. (2022). Pengelolaan Konten Tiktok Sebagai Media Informasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2022(2).
- Sanjaya, I. W. K., & Sudiarta, I. N. (2023). Analisis Potensi Dan Strategi Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan Berbasis Komunitas Di Desa Lenggahan, Kintamani. *Tourism: Jurnal Travel, Hospitality, Culture, Destination, And Mice*, [S.L.], 6(1), 21-29
- Santika, Erlina F. (2023). *Kelompok Anak Muda Jadi Pengguna Terbesar TikTok, Usia Berapa Mereka?* <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/27/kelompok-anak-muda-jadi-pengguna-terbesar-tiktok-usia-berapa-mereka>. Diakses 20 Februari 2024
- Sawitri, D. R. (2023). *Perkembangan Karier Generasi Z: Tantangan Dan Strategi Dalam Mewujudkan Sdm Indonesia Yang Unggul*. Semarang: Penerbit Fakultas Psikologi UNDIP.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Susanto, D., Risnita, Jailani, M.S. (2023). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah. *Qosim Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora*. 1 (1). 53-61.
- Susanto, Graciella., Evelyn, Rachel., Leo, Deonvito., Felicio, Hubert. (2023). Pemanfaatan Algoritma Tiktok Dan Instagram Untuk Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*. 9 (22). 483-491.
- Wijaya, H. (2018). Analisis Data Kualitatif Model Spradley (Etnografi). https://www.researchgate.net/publication/323557072_Analisis_Data_Kualitatif_Model_Spradley_Etnografi. Diakses 18 Pebruari 2024