

## ABSTRAK

Nama FAIDA  
Program Studi Program Sarjana Ilmu Ekonomi  
Judul Skripsi Mengeksplorasi Kemampuan Media Sosial Dalam Pembentukan Citra Destinasi Wisata: Sebuah Studi Tentang Tujuan Wisata Pedesaan Lancok Aceh Utara

Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media sosial, citra destinasi dan keputusan berkunjung terhadap kepuasan wisatawan di tempat wisata pedesaan lancok Aceh Utara. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan questioner kepada 100 wisatawan di tempat wisata pedesaan lancok Aceh Utara, analisis data dilakukan berdasarkan analisis linear berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan di wisata pedesaan Lancok, Aceh Utara. Aspek yang menjadi fokus utama meliputi menariknya konten, kesesuaian dengan tren, kelimpahan dan kecukupan informasi, serta manfaat informasi dalam membantu perencanaan perjalanan. Indikator kesesuaian dengan tren dan kecukupan informasi memiliki kontribusi paling kuat, sedangkan menariknya konten, kelimpahan informasi, dan manfaat informasi masih perlu ditingkatkan. Selain itu, citra destinasi juga berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan, dengan indikator utama berupa keramahan penduduk, warisan budaya, acara menarik, dan kuliner. Dari hasil analisis, kuliner memberikan kontribusi terbesar, sementara warisan budaya memiliki kontribusi terendah, sehingga perlu diperkuat bersama dengan penyelenggaraan acara. Variabel keputusan berkunjung turut berpengaruh signifikan, dipengaruhi oleh aktivitas wisata yang menarik, kepopuleran destinasi, lokasi strategis, waktu kunjungan yang tepat, dan keunikan kuliner Mie Bing. Keunikan kuliner menjadi daya tarik utama, sedangkan aspek kepopuleran dan lokasi strategis masih memerlukan perhatian lebih dalam strategi promosi. Secara keseluruhan, pengelola wisata perlu meningkatkan kualitas media sosial, memperkuat citra destinasi, dan memaksimalkan strategi promosi untuk mendukung pengembangan wisata Lancok secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Media Sosial, Citra Destinasi, Keputusan Berkunjung, Kepuasan Wisatawan

## **ABSTRACT**

Nama                      FAIDA  
Study Program        Management science  
Judul Skripsi         *Exploring the Ability of Social Media in Forming the Image  
of a Tourist Destination: A Study of the Rural Tourism  
Destination of Lancok, North Aceh*

*This study aims to determine the influence of social media, destination image and visiting decisions on tourist satisfaction in rural tourism in Lancok, North Aceh. Data collection techniques were carried out by distributing questionnaires to 100 tourists in rural tourism in Lancok, North Aceh, data analysis was carried out based on multiple linear analysis using the SPSS 26 application. The results showed that social media has a positive and significant influence on tourist satisfaction in rural tourism in Lancok, North Aceh. The main focus aspects include interesting content, conformity with trends, abundance and sufficiency of information, and the benefits of information in helping travel planning. Indicators of conformity with trends and sufficiency of information have the strongest contribution, while interesting content, abundance of information, and benefits of information still need to be improved. In addition, destination image also has a positive effect on tourist satisfaction, with the main indicators being the friendliness of the residents, cultural heritage, interesting events, and culinary. From the results of the analysis, culinary provides the largest contribution, while cultural heritage has the lowest contribution, so it needs to be strengthened together with the organization of events. The visiting decision variable also has a significant influence, influenced by interesting tourist activities, destination popularity, strategic location, the right time to visit, and the uniqueness of Mie Bing culinary. The uniqueness of the cuisine is the main attraction, while the popularity and strategic location aspects still require more attention in the promotion strategy. Overall, tourism managers need to improve the quality of social media, strengthen the destination image, and maximize the promotion strategy to support the sustainable development of Lancok tourism.*

**Keywords:** *Social Media, Destination Image, Visiting Decision, Tourist Satisfaction*