

## ABSTRACT

**Purpose** – the purpose of this research is to Identify how Jabodetabek tourists seek information for travel planning during the pandemic, how they perceive risks during the COVID-19 pandemic, whether tourist trust influences travel planning during the pandemic, and what tactics are optimal for travelers. Tourism stakeholders in creating and implementing marketing strategies based on new trends.

**Design/methodology/approach** – the model proposed in this research was tested by PLS Structural Equation Model. The data were collected from a convenience sample of 212 Jabodetabek tourists during pandemic. Questioned about their seeking information about COVID-19, perceived risks and their trust for travel planning during pandemic

**Finding** – During the COVID-19 pandemic, information seeking behavior and tourist trust had a beneficial and significant impact on travel planning. Meanwhile, tourist trust and travel planning are negatively impacted by perceived risks. and tourist trust as a moderating variable between risk perception and travel planning

**Research Limitation/Implication** – Since there are few relevant discussions or theories about tourism during the COVID-19 pandemic, previous research was used as a reference.

**Practical Implication** – It is critical to provide tourists with timely, accurate, and trustworthy information and steps are being made to contain the spread of COVID-19 for tourist to feel safe.

**Originality/value** – the model proposed in this research refines the overall understanding that researchers and managers have of the direct or indirect impact of information seeking behavior, perceived risks and tourist trust for travel planning during the COVID-19 pandemic.

**Keyword: Information Seeking, Perceived Risks, Tourist Trust, COVID-19.**

## ABSTRAK

**Tujuan** – Tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi bagaimana perilaku wisatawan jabodetabek dalam pencarian informasi untuk perencanaan perjalanan selama masa pandemi, bagaimana persepsi risiko mereka semasa pandemi COVID-19 dan apakah ada pengaruh antara kepercayaan wisatawan terhadap perencanaan perjalanan mereka semasa pandemi COVID-19 serta strategi apa yang terbaik sehingga dapat berguna bagi para pelaku pariwisata dalam membuat dan mengembangkan strategi pemasaran berdasarkan fenomena informasi teknologi terkini.

**Desain/Methodologi/Pendekatan** – model yang diajukan dalam penelitian ini diuji dengan PLS-SEM/ Data dikumpulkan dari sampel 212 wisatawan Jabodetabek yang telah melakukan perjalanan wisata semasa pandemic terkait pencarian informasi tentang COVID-19, pencarian informasi perjalanan, risiko yang dirasakan, dan kepercayaan mereka untuk perencanaan perjalanan semasa pandemic COVID-19.

**Temuan** – Selama epidemi COVID-19, perilaku pencarian informasi dan kepercayaan wisatawan memiliki dampak yang menguntungkan dan signifikan terhadap perencanaan perjalanan. Sementara itu, kepercayaan wisatawan dan perencanaan perjalanan dipengaruhi secara negatif oleh risiko yang dirasakan. dan kepercayaan wisatawan sebagai variabel pemoderasi antara persepsi risiko dan perencanaan perjalanan.

**Keterbatasan Penelitian/Implikasi** – 1. Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam masih sangat terbatasnya bahasan atau teori yang relevan terkait pariwisata semasa pandemi COVID-19 sehingga banyak sekali penelitian terdahulu sebelum terjadinya pandemi COVID-19 yang dijadikan referensi.

**Rekomendasi** – Perlunya memberikan informasi yang relevan, real-time, berkualitas, transparan dan dapat dipercaya kebenarannya dan perlunya mengkomunikasikan upaya-upaya dalam menekan penyebaran virus COVID-19 sehingga dapat menekan persepsi risiko dan dapat menumbuhkan kepercayaan wisatawan.

**Originalitas** – model yang diusulkan dalam penelitian ini menyempurnakan pemahaman keseluruhan yang dimiliki peneliti dan manajer tentang dampak langsung atau tidak langsung dari perilaku pencarian informasi, risiko yang dirasakan, dan kepercayaan wisatawan untuk perencanaan perjalanan selama pandemi COVID-19.

**Keyword:** Pencarian Informasi, Persepsi Risiko, Kepercayaan Wisatawan, COVID-19.