

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era digital, media sosial menjadi ruang utama bagi masyarakat untuk berbagi pengalaman dan mencari informasi sebelum mengambil keputusan, termasuk dalam berwisata (Putri, 2022). Dengan aktivitas berbagi pengalaman melalui unggahan, foto, dan video menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat modern. Wisatawan kini cenderung mempercayai pengalaman sesama pengguna media sosial dibandingkan iklan resmi destinasi wisata (Sari, 2021). Dalam konteks ini, review online di berbagai platform seperti Instagram, TikTok, dan Google Review memiliki peran besar dalam membentuk citra sebuah tempat wisata. Keputusan seseorang untuk mengunjungi destinasi wisata tersebut tidak selalu terpengaruhi oleh promosi, tetapi juga oleh narasi digital yang dibangun pengguna lain. Fenomena ini sangat relevan dengan meningkatnya popularitas Cikole Jayagiri Resort di Lembang, Bandung.

Cikole Jayagiri Resort merupakan salah satu destinasi wisata alam yang terkenal dengan keindahan hutan pinus dan udara sejuknya. Tempat ini sering menjadi tujuan wisata keluarga atau hanya sekedar tempat menikmati udara yang sejuk dari hiruk pikuknya kota (Hidayat, 2020). Dalam beberapa tahun terakhir, jumlah pengunjung mengalami peningkatan signifikan berkat ulasan positif yang beredar di media sosial. Banyak pengunjung membagikan pengalaman mereka melalui konten visual yang menarik, sehingga menarik minat calon wisatawan lain (Lestari, 2023). Namun, tidak sedikit pula ulasan negatif yang menyoroti aspek pelayanan atau kebersihan area wisata. Perbedaan persepsi ini menjadi fenomena sosial yang menarik untuk diteliti secara kualitatif.

Dalam konteks sosial, masyarakat kini mengalami pergeseran pola konsumsi informasi dari media konvensional ke media sosial. Calon

wisatawan lebih sering mencari rekomendasi melalui konten digital seperti vlog perjalanan atau postingan ulasan (Kurniawan, 2022). Ulasan yang bersifat otentik dari pengguna sering kali dianggap lebih jujur dan relevan daripada promosi resmi. Hal ini menyebabkan review online menjadi sumber validasi sosial yang kuat dalam menentukan destinasi wisata. Bahkan, banyak individu memutuskan berkunjung karena tertarik dengan pengalaman visual yang ditampilkan pengguna lain. Pola ini memperlihatkan bahwa keputusan berwisata kini sangat dipengaruhi oleh user-generated content (Andriani, 2022). Review online juga menciptakan dampak sosial terhadap persepsi kolektif masyarakat tentang suatu tempat wisata. Ketika ulasan positif mendominasi, citra destinasi akan meningkat, dan sebaliknya jika ulasan negatif lebih banyak, minat berkunjung dapat menurun (Fitriani, 2023).

Dalam kajian perilaku konsumen digital, keputusan wisatawan tidak hanya dipengaruhi oleh informasi faktual, tetapi juga oleh aspek emosional dan sosial (Suryani, 2021). Wisatawan cenderung mencari pengalaman yang sesuai dengan nilai diri dan identitas sosial mereka. Ulasan yang menggambarkan pengalaman “healing” atau “kembali ke alam” sering kali membangkitkan emosi positif yang mendorong keinginan berkunjung. Dalam kasus Cikole Jayagiri Resort, narasi-narasi semacam itu sering muncul dalam review online (Ningsih, 2023). Namun, pengalaman aktual wisatawan terkadang tidak sesuai dengan ekspektasi yang dibangun dari review tersebut. Kesenjangan antara persepsi digital dan pengalaman nyata menjadi fokus penting dalam penelitian ini.

Dalam penelitian kualitatif, pemahaman terhadap makna subjektif dari perilaku manusia menjadi fokus utama (Miles & Huberman, 2022). Melalui pendekatan ini, peneliti dapat menggali bagaimana wisatawan menafsirkan pengalaman digital sebelum dan sesudah mengunjungi destinasi. Pendekatan ini juga membantu memahami hubungan antara review online, ekspektasi, dan kepuasan wisatawan. Studi ini akan menempatkan wisatawan sebagai partisipan aktif yang membentuk

pemaknaan terhadap ulasan di media sosial. Dengan demikian, hasil penelitian tidak hanya menggambarkan pengaruh secara statistik, tetapi juga secara sosial dan psikologis. Hal ini membuat pendekatan kualitatif sangat relevan untuk penelitian ini.

Namun, dalam era digital, muncul persoalan mengenai keaslian ulasan karena adanya review berbayar atau manipulatif. Hal ini menimbulkan dilema bagi wisatawan dalam menilai validitas informasi. Di sisi lain, ulasan yang dianggap autentik justru dapat memperkuat niat berkunjung dan menciptakan loyalitas jangka panjang. Fenomena ini menarik untuk diteliti dalam konteks wisata alam seperti Cikole Jayagiri Resort.

Cikole Jayagiri Resort juga memiliki dampak ekonomi dan sosial yang cukup besar bagi masyarakat sekitar. Peningkatan jumlah wisatawan berdampak langsung pada pertumbuhan ekonomi lokal melalui sektor kuliner dan penginapan ataupun wisata harian (Amalia, 2022). Namun, reputasi digital yang buruk dapat menurunkan kunjungan dan merugikan pelaku usaha setempat.

Berdasarkan kesenjangan penelitian yang ada, studi ini berupaya menggali lebih dalam bagaimana wisatawan menafsirkan dan merespons review online sebelum memutuskan berkunjung ke Cikole Jayagiri Resort. Penelitian ini tidak hanya menelusuri hubungan sebab-akibat, tetapi juga makna sosial yang melekat dalam perilaku wisatawan digital (Santosa, 2021). Melalui pendekatan kualitatif, penelitian ini diharapkan mampu mengungkap pola pemaknaan, pengalaman, dan kepercayaan wisatawan terhadap ulasan online. Dengan demikian, hasil penelitian dapat memberikan wawasan baru tentang perilaku wisatawan di era media sosial. Selain itu, temuan ini dapat menjadi dasar pengembangan strategi komunikasi destinasi wisata alam di Indonesia.

Berdasarkan uraian di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh review online pada platform media sosial terhadap keputusan berwisata di Cikole Jayagiri Resort. Penelitian ini juga bertujuan

memahami makna dan persepsi wisatawan terhadap ulasan yang mereka konsumsi sebelum berkunjung. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan memperkaya kajian tentang perilaku wisatawan digital dan komunikasi pariwisata berbasis media sosial. Secara praktis, hasil penelitian dapat membantu pengelola wisata dan pemerintah daerah dalam menyusun strategi pengelolaan reputasi digital yang lebih efektif. Penelitian ini juga memberikan kontribusi bagi masyarakat dalam memahami pentingnya literasi digital dalam konteks pariwisata. Dengan demikian, penelitian ini memiliki manfaat baik secara akademik maupun social.

B. Permasalahan Penelitian

1. Identifikasi Masalah

Dampak platform media sosial khususnya untuk pelaku pariwisata di Cikole Jayagiri Resort ini telah menjadi sumber informasi yang sangat penting terutama bagi konsumen, dan juga kekhawatiran bagi pelaku pariwisata dengan adanya reviews negatif, dengan demikian muncul tantangan baru bagi pelaku pariwisata di cikole jayagiri resort dan tetap menjaga keseimbangan antara promosi dan reviews dari sebagian konsumen.

a. Ketergantungan terhadap ulasan pengguna

Saat ini dengan melesatnya platform media sosial banyak wisatawan yang mengandalkan ulasan atau review dari sebagian platform baik Instagram, Traveloka, maupun Agoda, sebagai sumber media informasi utama dalam mengambil keputusan utama berwisata khususnya di Cikole Jayagiri Resort sendiri, ketergantungan yang tinggi pada ulasan ini dapat mempengaruhi persepsi yang berbeda terhadap pelaku Pariwisata Di Cikole Jayagiri Resort tersebut baik ulasan positif maupun negatif, meskipun pengalaman mereka pribadi bisa saja jadi berbeda.

b. Pengaruh review negatif atau positif yang berlebihan

Ulasan negatif baik positif yang berlebihan seringkali akan memengaruhi pandangan bagi calon pariwisata, sebuah review

negatif yang berlebihan akan memengaruhi reputasi terhadap pelaku wisatawan, sedangkan review positif yang dibesar-besarkan pun mungkin akan memberikan ekspektasi yang terlalu berlebihan tetapi tidak realistis.

c. **Perubahan Perilaku Berwisata**

Pengaruh ulasan pada platform media sosial tersendiri dapat merubah perilaku wisatawan dalam memilih destinasi wisata, beberapa wisatawan mungkin menghindari destinasi tersebut karena melihat adanya ulasan negatif pada platform tersebut, meskipun destinasi tersebut memiliki potensi yang lebih besar untuk memberikan pengalaman yang menyenangkan dan juga pelayanan yang baik.

Identifikasi masalah ini menunjukkan betapa pentingnya keaslian, kualitas, dan keberagaman informasi yang dapat membantu wisatawan membuat keputusan yang lebih baik saat merencanakan perjalanan mereka.

2. Batasan Masalah

Dari identifikasi masalah di atas pembatasan ruang lingkup permasalahan juga diperlukan guna mencegah konteks pembahasan yang keluar dari konteks. Maka pembatasan masalah yang dapat dituangkan sebagai berikut:

a. **Lingkup Lokasi dan Waktu Penelitian**

Kajian penelitian ini difokuskan pada area Cikole Jayagiri Resort sebagai lokasi utama penelitian. Ruang lingkup penelitian mencakup wisatawan yang melakukan berbagai aktivitas pariwisata di kawasan tersebut, seperti bermain wahana ATV maupun menginap di area resort. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada pertimbangan keterjangkauan lokasi, kemudahan akses penelitian, serta relevansi Cikole Jayagiri Resort dengan topik yang dikaji dalam penelitian ini.

Waktu penelitian dilaksanakan selama dua hari, yaitu pada akhir pekan hari Sabtu dan Minggu. Pemilihan waktu tersebut dilakukan karena pada periode weekend jumlah kunjungan wisatawan cenderung meningkat dibandingkan hari biasa, sehingga memudahkan peneliti dalam memperoleh data yang lebih relevan dan representatif sesuai dengan kebutuhan penelitian.

b. Jenis Data yang Dikumpulkan

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, kedua data ini digunakan untuk memberikan gambaran yang lebih lengkap mengenai penggunaan akun pada media sosial terutama pada pelaku pariwisata di Cikole Jayagiri Resort.

1) Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber utama dilapangan oleh peneliti, dalam penelitian ini, data primer dikumpulkan melalui beberapa metode seperti observasi lapangan, wawancara mendalam dan juga dokumentasi. Observasi langsung tersebut dilakukan untuk melihat secara langsung aktivitas pelaku pariwisata dan juga bagaimana mereka memanfaatkan akun media sosial terutama pada google review dalam kegiatan usaha mereka. Wawancara mendalam dilakukan kepada pelaku pariwisata dan pihak terkait untuk memperoleh informasi yang lebih rinci mengenai pengalaman, kendala, serta manfaat penggunaan platform tersebut. Selain itu, dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan bukti pendukung seperti foto, catatan kegiatan, dan dokumen yang relevan dengan penelitian.

2) Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai sumber yang telah tersedia sebelumnya dan juga relevan dengan topik penelitian mengenai pengaruh ulasan daring atau online review terhadap keputusan berwisata di Cikole Jayagiri Resort. Data sekunder tersebut meliputi literatur ilmiah seperti

jurnal, buku, dan hasil penelitian terdahulu yang membahas perilaku wisatawan serta pengaruh media sosial terhadap keputusan berwisata. Selain itu, data sekunder juga diperoleh dari ulasan wisatawan pada platform digital seperti Traveloka, TripAdvisor, dan Google Maps yang memuat informasi berupa rating, komentar, serta pengalaman wisatawan terkait fasilitas, pelayanan, dan daya tarik wisata. Data tersebut digunakan untuk menganalisis persepsi wisatawan yang telah berkunjung serta melihat bagaimana ulasan yang dibagikan secara online dapat memengaruhi calon wisatawan dalam menentukan keputusan untuk berkunjung ke destinasi wisata tersebut. Dengan memanfaatkan data sekunder ini, peneliti dapat memperoleh gambaran yang lebih luas mengenai pengaruh review online terhadap minat dan keputusan wisatawan dalam memilih destinasi wisata..

3. Fokus kajian

Penelitian ini difokuskan pada pengaruh ulasan review media sosial seperti persepsi kepercayaan media sosial terhadap review online, peran elemen review (jumlah bintang, isi komentar, dan kredibilitas reviewer) dalam mempengaruhi keputusan wisatawan untuk mengunjungi Cikole Jayagiri Resort tersebut.

4. Subjek Wawancara

Informasi dalam penelitian ini diperoleh dari beberapa narasumber seperti:

- a. Pegawai perhutani di Ruang Lingkup Cikole Jayagiri Resort.
- b. Wisatawan yang berkunjung Di Cikole Jayagiri Resort.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan pembatasan masalah yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini disusun dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan berikut:

1. Bagaimana pengaruh review online di platform media sosial terhadap keputusan individu dalam memilih destinasi wisata di Cikole Jayagiri Resort?
2. Bagaimana bentuk dan karakteristik komunikasi yang muncul dalam review online di media sosial terkait Cikole Jayagiri Resort, serta pengaruhnya terhadap minat dan keputusan berwisata?
3. Apa saja faktor yang menyebabkan review online dinilai positif atau negatif oleh pelaku wisatawan di Cikole Jayagiri Resort?

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini menganalisis pengaruh review online di platform media sosial terhadap keputusan wisatawan, diantaranya adalah dalam memilih destinasi wisata khusus Di Cikole Jayagiri Resort, dalam bentuk akomodasi maupun pelayanan, penelitian ini juga mengidentifikasi faktor faktor yang mempengaruhi tingkat kepercayaan wisatawan terhadap review online yang ditemukan di media sosial, seperti kualitas konten, kredibilitas reviewer, dan frekuensi interaksi. Membandingkan pengaruh review online dengan sumber informasi lain (seperti rekomendasi teman, informasi dari agen perjalanan, atau promosi resmi) dalam proses pengambilan keputusan berwisata.

E. Manfaat Penelitian

Dengan tujuan dan manfaat ini, penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai dampak efektifitas review online terhadap perilaku wisatawan dan membantu berbagai pihak dalam industri pariwisata untuk merespon tren digital dengan lebih efektif, diantaranya bagi pengelola destinasi wisata ataupun penyedia layanan perjalanan, mengenai pentingnya review online sebagai alat pemasaran dan juga mengoptimalkan ulasan positif serta media untuk evaluasi jika mendapati ulasan negatif dari sebagian pengguna media sosial tersebut.

Adapun bagi wisatawan dapat membantu untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mereka untuk memilih destinasi yang akan dituju, serta memberikan panduan lebih bijak, dalam mengevaluasi review online. Bagi industri pariwisata khususnya di Cikole Jayagiri Resort penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan strategi pemasaran digital dalam sektor pariwisata, terutama dalam memanfaatkan review online sebagai sarana promosi yang efektif.

F. Rancangan Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan pada penelitian ini disusun agar lebih terarah dan mudah untuk dipahami. Penelitian ini terdiri dari lima bab utama, dengan uraian sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, serta manfaat penelitian. Bab ini memberikan gambaran umum mengenai alasan pentingnya penelitian dilakukan serta arah yang hendak dicapai.

Bab II Kajian Pustaka dan Kerangka Teori, memuat kajian teori yang relevan dengan penelitian, hasil penelitian terdahulu yang mendukung, serta kerangka berpikir yang menjadi landasan dalam menganalisis data.

Bab III Metode Penelitian, menjelaskan pendekatan penelitian yang digunakan, lokasi dan subjek penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, tahapan penelitian, serta uji keabsahan data. Bab ini berfungsi untuk menunjukkan langkah-langkah sistematis yang ditempuh peneliti dalam memperoleh dan mengolah data.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, berisi penyajian data yang diperoleh dari lapangan, analisis terhadap data tersebut, serta pembahasan yang menghubungkan antara teori dengan realitas empiris

Bab V Penutup, memuat kesimpulan hasil penelitian yang telah dilakukan serta saran-saran yang dapat diberikan untuk pengembangan penelitian maupun perbaikan di lapangan.

Selanjutnya, penelitian ini dilengkapi dengan daftar pustaka yang berisi mengenai sumber-sumber rujukan, serta lampiran yang mendukung pada isi penelitian

