

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki potensi yang beraneka ragam. Pariwisata Indonesia merupakan modal utama yang dapat memberikan kontribusi positif bagi negara seperti halnya meningkatkan devisa negara. Tidak hanya itu, pariwisata menjadi daya tarik tersendiri untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan dapat diandalkan untuk menciptakan kesejahteraan masyarakat dan pembangunan daerah. Perkembangan pariwisata kini berkembang pesat dan cenderung meningkat setiap tahunnya maka dari itu pemerintah sedang gencar mengembangkan pariwisata di setiap daerah guna untuk menarik wisatawan untuk datang termasuk di daerah Jawa Timur.

Provinsi Jawa Timur memiliki banyak sekali ragam tempat wisata baik alam maupun buatan, di Provinsi Jawa Timur terdiri dari 29 kabupaten dan 9 Kota. Menurut data BPS (2020) Kabupaten Malang memiliki luas 3.534,86 km<sup>2</sup> atau sama dengan 353.486 ha dengan jumlah penduduknya 2.654.448. Kabupaten Malang memiliki destinasi wisata buatan seperti Ekowisata Boonpring yang terletak di kecamatan Turen, Taman Rekreasi Sengkaling yang terletak di kecamatan Dau, Lembah Tumpang yang terletak di kecamatan Tumpang, Flora Wisata Santerra De Laponte yang terletak di kecamatan Pujon dan masih banyak lagi. Destinasi wisata Santerra De

Laponte ramai di datangi wisatawan dibuktikan dengan adanya tabel jumlah wisatawan yang datang ke Santerra De Laponte sebagai berikut :

**Tabel 1 Data Kunjungan Wisatawan Santerra De Laponte, Kabupaten Malang Tahun Bulan Januari - Juli Tahun 2023**

| No | Bulan    | Kunjungan Wisatawan | Total Wisatawan |
|----|----------|---------------------|-----------------|
| 1. | Januari  | 145.500             | 752.500         |
| 2. | Februari | 119.000             |                 |
| 3. | Maret    | 74.000              |                 |
| 4. | April    | 63.000              |                 |
| 5. | Mei      | 108.000             |                 |
| 6. | Juni     | 121.400             |                 |
| 7. | Juli     | 121.600             |                 |

Sumber : Dokumen internal Wisata Santerra De Laponte

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa kunjungan ke Destinasi wisata Santerra De Laponte mengalami kenaikan dan penurunan. Pada bulan Januari tahun 2023 jumlah kunjungan wisatawan mencapai 145.500 orang dan pada bulan Februari mencapai 119.000 orang. Sedangkan pada bulan Maret hingga bulan April 2023 mengalami penurunan mencapai 63.000 orang dan terjadi fluktuasi di bulan Mei hingga bulan Juli.

Flora Wisata Santerra De Laponte terletak di Jalan Trunojoyo, Desa Pandesari, Kecamatan Pujon, Kabupaten Malang. Santerra De Laponte didirikan pada tahun 2019 dengan luas tanah sekitar 5 hektar dengan mengusung konsep spot foto yang *instagramable* dengan pesona bangunan ala Korea dan Belanda, taman bunga dengan ratusan jenis, kuliner ala garden serta wahana permainan seperti taman bunga celosia, jembatan kaca, kamera 360 (spinner 360), rumah hantu, *rainbow slide* (seluncur), VR (*virtual reality*), *cinema* 7D, ontang-anting, komidi putar, bumper car, rumah balon, trampolin, otopet dan lain-lain. Agar lebih *Instagramable*, pengunjung juga

bisa melakukan penyewaan kostum ala Korea sehingga bisa seolah-olah merasakan atmosfer ala Korea sambil berfoto selfie. Hal inilah yang membuat destinasi wisata ini menjadi populer di kalangan wisatawan .

Kebutuhan wisatawan saat ini sangat beragam dan mereka menuntut pembaharuan keanekaragaman mulai dari produk, atraksi, fasilitas dan daya tarik yang disediakan. Hal ini dilakukan agar wisatawan tidak merasa bosan atau monoton dengan seiring perkembangan zaman teknologi telah memberikan banyak manfaat bagi manusia. Pada zaman era digital ini kehidupan manusia hampir tergantung pada internet, dengan hadirnya internet berhasil mengubah cara manusia untuk bersosialisasi dan berkomunikasi. Media sosial merupakan aplikasi teknologi yang memudahkan seseorang untuk berkomunikasi, berpartisipasi, berinteraksi satu sama lain, saling berbagi serta membentuk jaringan via *online* (Kaplan,2010).

Peran media sosial sangat memberikan pengaruh bagi industri pariwisata guna untuk memberikan *exposure* dan meningkatkan *awareness* dari destinasi pariwisata kepada banyak orang, Selain itu juga merupakan alat yang sangat penting bagi para pelaku wisata dan industri pariwisata untuk membantu memahami bagaimana konsumen mengambil keputusan, dan kegiatan setelah melakukan kunjungan wisata. Kini, media sosial yang paling sering dikunjungi atau diakses adalah instagram. Instagram adalah media sosial berbasis gambar yang memberikan layanan berbagi foto atau video secara *online* dengan fitur yang disediakan oleh instagram dapat memberikan opsi bagi para pelaku usaha untuk mempromosikan produk mereka dengan

lebih menarik dan kreatif. Para pelaku usaha dapat menggunakan strategi lain dalam mempromosikan konsep wisata mereka yaitu menggunakan strategi E-Wom.

*Electronic word of Mouth* (E-Wom) merupakan evolusi dari komunikasi tradisional yang berubah menjadi modern dengan bantuan *cyberspace*, atau media elektronik dalam jaringan komputer yang banyak dipakai untuk keperluan komunikasi satu arah maupun timbal balik (terhubung langsung). Menurut Thirau *et.al.* (2004:39) *Electronic word of Mouth* (E-Wom) merupakan pernyataan negatif atau positif yang dibuat oleh konsumen aktual, potensial, atau konsumen sebelumnya mengenai produk atau perusahaan dimana informasi ini tersedia bagi orang-orang atau pun institusi melalui via media internet. Selain itu E-Wom juga merupakan pendapat serta rekomendasi yang ditulis oleh seseorang yang pernah mengunjungi tempat wisata mengenai pengalaman dan pelayanannya.

Komunikasi baik berupa *like*, komentar ataupun ajakan melalui media sosial inilah yang disebut dengan *Electronic Word of Mouth*. Hal ini sesuai dengan pendapat Sembiring (2017) instagram media sosial yang dapat mengunggah foto atau video sesuai dengan yang diinginkan dengan harapan agar orang lain memberikan tanda suka (*like*) atau komentar yang ada di bawah foto atau video. Sehingga calon wisatawan yang melihat unggahan foto atau video pada akun destinasi wisata yang terdapat pada Instagram, akan menimbulkan minat para calon wisatawan untuk datang ke destinasi wisata tersebut.

Berdasarkan penelitian terdahulu mengenai pengaruh media sosial dan E-Wom terhadap minat berkunjung wisatawan menunjukkan hasil yang sama, seperti penelitian yang dilakukan oleh Nifita dan Arisontha (2018) pada Taman Geopark Kabupaten Merangin menyatakan bahwa Media sosial (*Facebook, Youtube, Instagram*) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung dan Media sosial *instagram* merupakan variabel yang memiliki pengaruh dominan terhadap minat berkunjung. Kemudian penelitian selanjutnya Yuliyanti dan Tagor (2022) menyatakan bahwa peran media sosial *Instagram* dan *E-wom* berpengaruh dalam peningkatan kunjungan wisatawan Taman Margasatwa Ragunan.

Melihat fenomena di zaman digital ini, unggahan foto maupun video *aesthetic* dapat menggugah minat anak muda atau generasi milenial untuk berkarya bahkan mempengaruhi orang lain. Kegemaran anak muda yang suka mengunggah foto dan video ke media sosial dapat menuai komentar dari pengguna media sosial lainnya, kegiatan saling mengomentari inilah yang menunjukkan bahwa komunikasi secara *word of mouth* dapat dilakukan melalui media elektronik, karena pada zaman dahulu kegiatan ini hanya dapat dilakukan secara langsung atau tatap muka. Dengan unggahan foto dan konten video yang menarik di media sosial seperti *Instagram* membuat destinasi wisata baru dan keunikannya dapat meluas cepat dan bahkan viral sehingga menarik minat calon wisatawan untuk berkunjung datang ke destinasi wisata tersebut.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Media Sosial dan E-Wom Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Santerra De Laponte, Kabupaten Malang”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang di uraikan peneliti di atas, Adapun perumusan masalah yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Apakah Media Sosial berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan ke Santerra De Laponte?
2. Apakah E-Wom berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan ke Santerra De Laponte?
3. Apakah Media Sosial dan E-Wom berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan ke Santerra De Laponte?
4. Manakah variable yang berpengaruh paling dominan dari Media Sosial dan E-Wom terhadap minat berkunjung wisatawan ke Santerra De Laponte?

## **C. Tujuan Penelitian**

Menurut latar belakang dan rumusan masalah tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis Media Sosial berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan ke Santerra De Laponte.

2. Untuk mengetahui dan menganalisis E-Wom berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan ke Santerra De Laponte.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis Media Sosial dan E-Wom berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan ke Santerra De Laponte.
4. Untuk mengetahui manakah yang berpengaruh paling dominan dari Media Sosial dan E-Wom terhadap minat berkunjung wisatawan ke Santerra De Laponte.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis maupun praktis, Adapun manfaat yang diharapkan ialah :

##### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan dampak positif untuk menambah pengetahuan dan wawasan mengenai pengaruh media sosial dan E-Wom terhadap minat berkunjung wisatawan.

##### **2. Manfaat Praktis**

###### **a. Bagi Penulis selanjutnya**

Dapat menambah wawasan pola pikir dan pengetahuan tentang bagaimana pengaruh Media sosial dan E-Wom terhadap minat berkunjung wisatawan

b. Bagi Destinasi Wisata Santerra De Laponte

Dapat dijadikan sebagai informasi dan masukan untuk pengaruh Media sosial dan E-Wom terhadap minat berkunjung wisatawan selanjutnya

c. Bagi Universitas Merdeka Malang

Penelitian ini diharapkan dapat melengkapi referensi perpustakaan, kalangan akademisi, dan seluruh mahasiswa yang ingin mempelajari pengaruh media sosial dan E-Wom terhadap minat berkunjung wisatawan. Serta sebagai suatu hasil karya yang dapat dijadikan sebagai bahan wacana bagi mahasiswa atau kalangan akademisi yang memiliki ketertarikan meneliti bidang yang sama.