

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi komunikasi menjadi salah satu aspek terpenting dari kemajuan peradaban manusia. Seiring waktu, teknologi terus berkembang dari metode sederhana seperti penggunaan tangan prasejarah dan sinyal suara untuk pembuatan perangkat mekanis untuk mempromosikan komunikasi. Pada masa bersejarah, inovasi seperti huruf audio, kertas, dan mesin cetak mulai dibuat, menciptakan fondasi sistem komunikasi modern. Perpindahan komunikasi pada masa sejarah ke komunikasi digital sejak 1980 hingga saat ini. Komunikasi digital berupa internet.

Selama beberapa dekade terakhir, teknologi komunikasi telah mengalami revolusi besar dengan keberadaan jaringan internet dan perangkat digital. Internet memungkinkan penyebaran informasi yang cepat dan efisien di seluruh dunia, tetapi perangkat digital seperti smartphone dapat mengakses komunikasi kapan saja, di mana saja. Inovasi ini tidak hanya mempengaruhi kehidupan sehari-hari, tetapi juga telah memasuki berbagai bidang seperti pendidikan, bisnis, pemerintah dan banyak lagi. Dengan perkembangan teknologi yang sedang dikembangkan, komunikasi semakin terintegrasi ke dalam kehidupan manusia modern, menciptakan dunia yang lebih terhubung dari sebelumnya.

Perkembangan sistem komunikasi dan informasi sejajar dengan perkembangannya teknologi gadget seperti smartphone, laptop, tablet, dan perangkat teknologi lainnya. Dengan keunggulan teknologi yang berbeda disetiap produknya. Di zaman modern saat ini, masyarakat dominan memilih teknologi

gadget atau biasa disebut dengan *smartphone* dikarenakan fleksibilitas yang tinggi dengan banyak nya fitur yang ditawarkan, salah satu fitur yang ramai digunakan masyarakat adalah media sosial (*social media*).

Media sosial merupakan sebuah tren revolusioner dalam era digital yang berkembang pesat seiring dengan kemajuan teknologi informasi. Media sosial adalah platform daring yang memfasilitasi pengguna untuk berinteraksi, berbagi informasi, dan membuat konten, seperti blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual (Indy, 2021). Kehadiran media sosial mengubah cara masyarakat berinteraksi, dari yang sebelumnya dilakukan secara langsung menjadi virtual, baik secara sinkron maupun asinkron. Selain sebagai sarana komunikasi, media sosial kini juga menjadi platform utama dalam aktivitas ekonomi, pendidikan, hingga politik.

Perkembangan media sosial semakin didukung oleh pesatnya penggunaan perangkat seluler dan internet. Berdasarkan data hingga Oktober 2021, aplikasi media sosial paling populer meliputi Facebook (2,895 miliar pengguna), YouTube (2,291 miliar), WhatsApp (2 miliar), dan Instagram (1,393 miliar). Facebook menduduki peringkat pertama sebagai platform paling banyak digunakan, disusul oleh YouTube yang menjadi platform video terbesar dan melahirkan banyak content creator. Sementara itu, WhatsApp berkembang sebagai media komunikasi modern berbasis teks, gambar, dan video. Dengan perkembangan ini, media sosial menjadi tulang punggung dari ekosistem digital global saat ini (Abdillah, 2022).

Pariwisata merupakan perjalanan yang dilakukan secara berulang-ulang dan berpindah-pindah dari satu tempat ke tempat lainnya. Menurut Sigijama

(2011) mengungkapkan bahwa pariwisata merupakan rangkaian aktivitas, dan penyediaan layanan baik kebutuhan atraksi wisata, transportasi, akomodasi dan layanan lain yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan perjalanan seseorang atau sekelompok orang. Menurut Undang-undang Republik Indonesia tahun 2009 tentang Kepariwisata pasal 1 ayat 3 menyatakan bahwa Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah.

Pariwisata sebagai suatu perjalanan yang dilakukan hanya untuk sementara waktu dengan maksud untuk beristirahat, berbisnis atau untuk maksud lainnya. Beberapa jenis pariwisata diantaranya wisata budaya, wisata kesehatan, wisata olahraga, wisata komersial, wisata bahari, dan wisata cagar alam. Kegiatan pariwisata berupaya mengintegrasikan daya tarik wisata alam, buatan, dan budaya dalam satu kawasan tertentu, yang didukung oleh pengelolaan objek wisata, penyediaan akomodasi, serta dilengkapi dengan berbagai fasilitas pendukung lainnya (Fakari et al., 2023).

Beberapa permasalahan yang terjadi pada sektor pariwisata seperti kualitas sumberdaya manusia yang masih kurang mendukung, komunikasi dan publikasi yang masih kurang, kurangnya sarana dan prasarana penunjang, belum memadainya infrastruktur pariwisata di beberapa daerah, masih kurangnya investasi di sektor pariwisata, masih kurang diperhatikannya aspek lingkungan hidup (Nugroho, 2020). Permasalahan pada sektor pariwisata dapat dilakukan oleh pemerintah, masyarakat hingga pengelolaan objek pariwisata tersebut.

Menurut Gunelius dalam (Adzra Muthi'ah Hafizhah et al., 2022) variabel dari media sosial memiliki 4 elemen yaitu *content creation*, *content sharing*, *connecting* dan *community building*. Saat ini, media sosial menjadi media pemasaran oleh para pelaku industri pariwisata dalam menyebarkan informasi untuk meningkatkan kunjungan wisatawan, memperlancar arus informasi dan penjualan produk.

Minat untuk berkunjung merupakan dorongan internal dan bentuk keinginan dari individu yang mendorongnya untuk memberikan perhatian terhadap objek yang menarik baginya, sehingga berkontribusi terhadap pertumbuhan pasar (Charli & Putri, 2020). Keinginan untuk mengunjungi suatu destinasi biasanya timbul karena adanya keterikatan emosional atau ketertarikan terhadap objek wisata tersebut, sehingga minat berkunjung dapat diartikan sebagai ekspresi niat seseorang dalam mengakses atau mengonsumsi suatu layanan atau produk wisata (Reyhan & Suryanto, 2021).

Menurut Ajzen & Fishbein dalam (Yandi et al., 2023) Intention (minat) merupakan sebuah rencana atau seperti seseorang untuk melakukan atau tidak. Dengan demikian, minat berkunjung dapat dipahami sebagai kondisi mental seseorang yang menunjukkan adanya niat atau rencana untuk melakukan suatu aktivitas dalam periode waktu tertentu. Minat diartikan dorongan, motivasi internal yang memotivasi suatu tindakan, dorongan dipengaruhi oleh perasaan positif akan produk atau jasa. Minat berkunjung dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Minat berkunjung wisatawan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu kualitas pelayanan, citra wisata, promosi dan daya tarik.

Objek wisata adalah suatu tempat bukannya hanya karena lokasinya, tetapi karena memiliki daya tarik, aksesibilitas, fasilitas, dan potensi yang mampu menarik kunjungan wisatawan (Pitana, 2020).

Kabupaten Samosir adalah salah satu kabupaten yang berada di Provinsi Sumatera Utara, Indonesia. Secara geografis, Kabupaten Samosir berada di antara 2°24' hingga 2°25' Lintang Utara dan 98°21' hingga 99°55' Bujur Timur. Dari segi administratif, wilayah ini dikelilingi oleh tujuh kabupaten, yaitu: di bagian utara berbatasan dengan Kabupaten Karo dan Simalungun; di timur berbatasan dengan Kabupaten Toba; di selatan berbatasan dengan Kabupaten Tapanuli Utara serta Humbang Hasundutan; sementara di bagian barat berbatasan langsung dengan Kabupaten Dairi dan Pakpak Bharat. Kabupaten Samosir terletak pada wilayah dataran tinggi dengan ketinggian antara 700 – 1.700 m diatas permukaan Laut, dengan topografi yang berbukit dan bergelombang(Samosir, 2025) .

Kabupaten samosir menawarkan segala keindahan alam hingga keindahan budaya dan etnis. Daya tarik tersebut yang menjadikan Kabupaten Samosir dikenal dengan “Negeri Indah Kepingan Surga”. Objek-objek wisata yang berada di Kabupaten Samosir tidak hanya memikat wisatawan lokal tetapi juga memikat wisatawan mancanegara yang ingin berlibur. Beberapa objek wisata di Kabupaten Samosir yang sangat terkenal dikalangan wisatawan seperti Bukit Sibe-bea, Bukit Holbung, Patung Sigale-gale, Danau Sidihoni, hingga yang menjadi trend saat ini adalah Menara Pandang Tele.

Berdasarkan data kunjungan wisatawan, data kunjungan tahun 2020 pada masa Covid 19 dari Informasi Dinas Pariwisata Kabupaten Samosir berada pada

level terendah hanya 405.203 kunjungan dibanding total kunjungan 418.271 tahun 2019 tidak diketahui jumlah nya dan pada tahun 2022 jumlah dari pengunjung mengalami penurunan sebanyak 118.625 orang akan tetapi pada tahun 2021 pihak pariwisata samosir tidak ada update jumlah kunjungan wisatawan dikarenakan pada tahun 2021 Pemerintah memutuskan suatu wilayah dapat memberlakukan PPKM antara level I - IV dengan tolak ukurnya berdasarkan laju penularan serta jumlah kasus aktif Covid-19 di wilayah tersebut.

Tabel 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Pada Destinasi Wisata Samosir

Tahun	Jumlah Kunjungan Wisatawan (Orang)
2019	418.271
2020	405.203
2022	118.625
2023	460.834

Sumber : Dinas Pariwisata Kabupaten Samosir

Selain dari faktor Pandemi Covid-19, faktor lainnya yang dapat mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung pada objek Wisata di Kabupaten Samosir adalah sikap dan perilaku masyarakat yang ikut berpartisipasi di objek Wisata seperti pengelolaan parkir, penjualan aneka macam souvenir dan kuliner. Perilaku masyarakat justru berlaku kontraproduktif terhadap pengelolaan wisata yang dapat menyebabkan objek wisata tersebut berjalan menuju kemunduran. Beberapa sikap masyarakat yang sering dijumpai seperti sikap kurang ramah, memasang tarif parkir yang terlalu mahal serta harga makanan dan minuman yang diperjualbelikan terlalu tinggi bagi pengunjung (Sitompul, 2021).

Kabupaten Samosir memiliki karakteristik wilayah daerah kepulauan yang dikelilingi danau dengan kontur wilayah berbukit, sehingga Kabupaten Samosir memiliki tantangan geografis tersendiri, terutama dalam aspek aksesibilitas, topografi Samosir yang berbukit, dan keterjangkauan lokasi. Selain itu, tantangan tersebut terlihat pada infrastruktur jalan menuju objek wisata masih terbatas, dan keterbatasan transportasi umum. Belum banyak penelitian yang secara spesifik mengkaji bagaimana faktor geografis dapat mempengaruhi minat berkunjung wisatawan pada objek wisata di Kabupaten Samosir.

Dalam era digital saat ini, penggunaan media sosial menjadi salah potensi besar dalam menjangkau minat wisatawan untuk berkunjung pada objek wisata. Perkembangan media sosial menjadi faktor dalam menarik wisatawan, dari media sosial wisatawan mendapatkan informasi, inspirasi dan pengalaman mengenai destinasi wisata yang ingin di kunjungi dengan cepat dan luas. Dengan kehadiran media sosial memungkinkan pengguna untuk terhubung dengan pengalaman orang lain, seperti melihat foto dan membaca ulasan mengenai suatu destinasi, yang secara tidak langsung turut membentuk minat mereka untuk mengunjungi Kabupaten Samosir.

Saat ini, media sosial yang sering digunakan dalam media promosi antara lain, Tiktok, Instagram, Facebook. Menurut Tuten dalam (Adzra Muthi'ah Hafizhah et al., 2022) , Facebook, Instagram, Twitter, dan media sosial lainnya telah menjadi media pemasaran yang paling sering digunakan oleh para pelaku industri pariwisata untuk menyebarkan informasi terutama untuk meningkatkan kunjungan wisatawan, memperlancar arus informasi, dan penjualan produk.

Dengan penggunaan media sosial meningkat dapat berpengaruh pada sektor pariwisata salah satu nya pada pariwisata di Kabupaten Samosir.

Namun penelitian-penelitian terdahulu menunjukkan bahwa sebagian besar berfokus pada aspek pemasaran digital melalui media sosial dan perilaku wisatawan yang menunjukkan bahwa media sosial berperan besar dalam mendorong niat wisatawan untuk mengunjungi suatu objek wisata. Berdasarkan latar belakang di atas, penting dilakukan penelitian yang tidak hanya melihat pengaruh media sosial sebagai media promosi, tetapi juga melibatkan faktor-faktor geografis yang dapat mempengaruhi minat berkunjung wisatawan pada objek wisata di Kabupaten Samosir.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Intensitas penggunaan media sosial oleh wisatawan dalam mencari informasi wisata di Kabupaten Samosir belum diketahui secara jelas.
2. Belum dapat dipastikan platform media sosial mana yang paling berpengaruh dalam menarik minat berkunjung wisatawan.
3. Belum diketahui secara jelas sejauh mana media sosial mempengaruhi minat berkunjung wisatawan pada objek wisata di Kabupaten Samosir.
4. Bentuk konten di media sosial yang efektif dalam memengaruhi minat wisatawan masih belum teridentifikasi secara spesifik.
5. Ulasan/review di media sosial diduga berpengaruh terhadap persepsi wisatawan, namun sejauh mana pengaruhnya belum terukur.

6. Peran influencer atau akun pariwisata dalam meningkatkan minat kunjung wisatawan masih belum diketahui secara mendalam.
7. Infrastruktur menuju beberapa objek wisata di Kabupaten Samosir masih terbatas, sehingga memengaruhi aksesibilitas wisatawan.
8. Sarana dan prasarana penunjang pariwisata, seperti transportasi umum, fasilitas umum (toilet, tempat makan, area parkir), masih belum memadai.
9. Perilaku sebagian masyarakat lokal di sekitar objek wisata, seperti kurang ramah dan penetapan harga yang terlalu tinggi, dapat menurunkan kenyamanan wisatawan.
10. Masalah kebersihan dan pengelolaan lingkungan pada beberapa objek wisata masih kurang optimal, sehingga dapat mengurangi daya tarik wisata.
11. Kondisi geografis Kabupaten Samosir yang berupa pulau berbukit menimbulkan tantangan dalam aksesibilitas, transportasi, dan promosi wisata.

C. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah diperlukan untuk mencegah adanya penyimpangan atau perluasan dari pokok permasalahan, sehingga penelitian dapat lebih terfokus dan memudahkan dalam pembahasan. Batasan masalah yang ditetapkan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Pengaruh media sosial terhadap minat berkunjung wisatawan pada objek wisata di Kabupaten Samosir.

2. Faktor-Faktor geografis yang dapat mempengaruhi minat berkunjung wisatawan pada objek wisata di Kabupaten Samosir.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah diatas, maka akan menjadi rumusan masalah dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh media sosial terhadap minat berkunjung wisatawan pada objek wisata di Kabupaten Samosir?
2. Apa saja faktor-faktor geografis yang mempengaruhi minat berkunjung wisatawan pada objek wisata di Kabupaten Samosir?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh media sosial terhadap minat berkunjung wisatawan pada objek wisata di Kabupaten Samosir.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor geografis yang minat berkunjung wisatawan.

F. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan dampak baik kepada setiap orang. Berikut adalah beberapa manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah uraian yang bersifat teoritis keilmuan tentang bidang geografi pariwisata dan komunikasi digital dengan menunjukkan keterkaitan antara pengaruh media sosial dan faktor geografis terhadap minat kunjung wisatawan.

2. Manfaat Praktis

Bagi Pemerintah Daerah sebagai bahan pertimbangan dalam merumuskan strategi promosi wisata berbasis media sosial yang sesuai dengan karakteristik geografis Kabupaten Samosir. Bagi pengelola objek wisata, memberikan informasi mengenai pentingnya pemanfaatan media sosial dalam menarik minat kunjung wisatawan, serta mempertimbangkan faktor aksesibilitas dan persebaran lokasi dalam promosi destinasi wisata. Dan bagi warga lokal, penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan potensi wisata di Kabupaten Samosir.