

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sebagai salah satu negara dengan tingkat kemajemukan tertinggi, Indonesia memiliki keanekaragaman hayati dan non-hayati. Potensi ini merupakan salah satu elemen pariwisata yang dapat dimanfaatkan dalam kegiatan pariwisata. Hal ini berkaitan dengan aspek ekonomi yang akan dibahas. Jika industri ini dikelola dengan efisien, maka dampak positif yang dihasilkan akan signifikan. Sebaliknya, jika industri pariwisata tidak dipahami dengan baik, maka akan terjadi penurunan bertahap pada efek positifnya (Sulistiyafani & Sastrawan, 2021). Keuntungan yang dapat diperoleh dari industri pariwisata adalah bahwa media sosial merupakan alat pemasaran yang digunakan oleh banyak orang dengan jangkauan pasar yang sangat luas. Terdapat banyak dan beragam pengguna media sosial, seperti informasi privasi pengguna, umpan balik dan permintaan pengguna, serta data pengguna yang menyediakan informasi berguna untuk melakukan penelitian melalui media sosial (Indrano Hutomo dkk., 2024).

Pariwisata telah menjadi salah satu sektor ekonomi yang paling penting dan cepat tumbuh di zaman sekarang seiring dengan pertumbuhan globalisasi dan teknologi informasi, akses ke destinasi wisata menjadi lebih mudah serta jumlah wisatawan internasional dan domestik di Indonesia terus meningkat. Pariwisata memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, pekerjaan, dan pendapatan devisa bagi banyak negara. Namun, pertumbuhan pariwisata juga menimbulkan tantangan dalam hal pelestarian lingkungan, manajemen wisata yang berkelanjutan, dan dampak sosial di destinasi wisata. Sebagai sebuah sektor, pariwisata telah memainkan peran penting dalam pembangunan di Indonesia. Sektor pariwisata dapat menciptakan lebih banyak lapangan kerja dan pekerjaan bagi orang-orang di sekitar lokasi wisata yang bekerja di beberapa sub sektor pariwisata diantaranya, bisnis akomodasi, restoran, pemandu wisata, biro perjalanan, dan bisnis lainnya (Buditiawan, 2019).

Pariwisata merupakan serangkaian perjalanan individu atau kelompok dari tempat tinggal asalnya ke berbagai lokasi dengan tujuan kunjungan wisata, bukan

untuk mencari pekerjaan atau menginap di lokasi tersebut. Kunjungan ini tidak akan lama, dan mereka akan kembali ke tempat tinggal mereka sebelumnya (Sudiarta dkk., 2021). Lebih lanjut dijelaskan dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, pariwisata didefinisikan sebagai keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata yang mencakup berbagai aspek dan disiplin yang mencakup interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah, dan pengusaha, serta kebutuhan negara dan individu. Penelitian lain berpendapat wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk rekreasi, pengembangan pribadi, atau untuk mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu singkat. Orang yang melakukan wisata disebut wisatawan (Riani, 2021).

Pariwisata adalah perjalanan dilakukan secara sementara, baik individu maupun kelompok, dalam upaya mencapai keseimbangan, keserasian, dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam berbagai aspek alam, budaya, sosial, dan intelektual (Kapang dkk., 2019). Banyak faktor yang menjelaskan alasan yang mendorong seseorang untuk bepergian, seperti alasan bisnis, pendidikan, liburan, dan masih banyak yang lainnya. Disimpulkan bahwa pariwisata menjadi kebutuhan dan kegiatan masyarakat untuk mengunjungi daya tarik wisata atau tempat wisata yang diminati, pariwisata menjadi sangat penting untuk beristirahat sejenak dari aktivitas sehari-hari dan merasakan arti sebenarnya dari pariwisata.

Menurut statistik objek daya tarik wisata 2021 dari data Badan Pusat Statistik Indonesia pada tahun 2021, Indonesia memiliki 81 kawasan pariwisata, dengan 4 diantaranya berada di Provinsi DKI Jakarta. Selain itu, Jakarta merupakan salah satu kota di Indonesia dengan penduduk terbanyak di Indonesia. Hal tersebut menjadi keuntungan bagi para pengusaha pariwisata di Jakarta. Sejalan dengan hasil penelitian yang menyatakan Jakarta mempunyai ciri khas yang identik dan melekat pada ingatan semua orang. Ada beberapa ciri khas ibu kota Jakarta, antara lain pusat pemerintahan, pusat bisnis dan ekonomi, kota padat penduduk akibat banyaknya penduduk perkotaan yang datang dari berbagai daerah di Indonesia dan beberapa negara di dunia, kemacetan akibat faktor ekonomi dan bisnis, banyak

penduduk yang mencari rezeki dan mata pencaharian, banjir menjadi masalah saat musim hujan, kriminalitas semakin meningkat akibat faktor ekonomi (Amrullah dkk., 2022).

Salah satu daya tarik wisata yang sangat terkenal di Jakarta adalah Taman Mini Indonesia Indah yang terletak di Jalan Taman Mini Indonesia Indah, Ceger, Kec. Cipayung, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13820. Berdasarkan data kunjungan wisatawan ke Taman Mini Indonesia Indah, jumlah wisatawan yang mengunjungi Taman Mini Indonesia Indah selama tahun 2024 mengalami fluktuasi. Berikut disajikan Tabel 1.1 yang menampilkan data kunjungan wisatawan ke Taman Mini Indonesia Indah selama tahun 2024.

Tabel 1.1 Data Kunjungan Wisatawan TMII

No	Bulan	Jumlah Kunjungan
1.	Januari	203.089
2.	Februari	239.423
3.	Maret	99.181
4.	April	206.117
5.	Mei	235.901
6.	Juni	273.943
7.	Juli	207.029
8.	Agustus	195.049
9.	September	222.589
10.	Oktober	346.020
11.	November	312.006
12.	Desember	462.898

Sumber: (Pengelola Taman Mini Indonesia Indah, 2024)

Berdasarkan informasi pada Tabel 1.1 data kunjungan wisatawan ke Taman Mini Indonesia Indah, dapat diketahui bahwa tingkat kunjungan wisatawan ke Taman Mini Indonesia Indah pada bulan Januari sebanyak 203.089 kemudian terjadi peningkatan jumlah wisatawan pada bulan Februari yang berjumlah 239.423. Namun, pada bulan Maret terjadi penurunan jumlah wisatawan yang

Samuel Novriando, 2025

PERAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PENGEMBANGAN FASILITAS DI TAMAN MINI INDONESIA INDAH
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

diketahui berjumlah 99.181. Selanjutnya pada bulan April sampai Juni terjadi peningkatan jumlah wisatawan. Pada bulan April tercatat jumlah wisatawan sebesar 206.117, pada bulan Mei sebanyak 235.901 wisatawan, dan pada bulan Juni terdata 273.943 wisatawan. Pada bulan Juli sampai bulan Agustus terjadi penurunan kembali jumlah wisatawan, bulan Juli tercatat 207.029, dan bulan Agustus sebanyak 195.049. Terjadi peningkatan jumlah wisatawan kembali pada bulan September sampai bulan Oktober, bulan September tercatat 222.589 wisatawan, dan bulan Oktober terdata 346.020. Setelah itu, pada bulan November jumlah wisatawan turun menjadi 312.006 jumlah wisatawan. Pada bulan Desember terjadi peningkatan jumlah wisatawan terbanyak selama tahun 2024, ada sebanyak 462.898 wisatawan yang berkunjung ke Taman Mini Indonesia Indah. Tersedia banyaknya atraksi wisata, fasilitas yang memadai, lokasi yang strategis, dan harga yang terjangkau membuat Taman Mini Indonesia Indah menjadi salah satu pilihan wisatawan di sekitar JABODETABEK untuk menikmati liburan.

Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki nilai, keunikan, dan keindahan yang berasal dari keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan produk buatan manusia yang menjadi tujuan atau sasaran kunjungan wisatawan (PERMENPAREKRAF NOMOR 10 TAHUN 2016). Penggerak utama industri pariwisata adalah lokasi yang menarik, untuk mencapai hal tersebut, seluruh pemangku kepentingan yang terlibat dalam pengelolaannya harus bekerja sama. Untuk membuat dan menetapkan kebijakan pengembangan pariwisata, pemerintah adalah fasilitator. Untuk meningkatkan dan mengembangkan pariwisata, daya tarik wisata harus dimiliki karena potensi serta daya tarik wisata adalah faktor utama yang membuat orang mengunjungi suatu tempat, dan objek daya tarik wisata adalah bagian penting dari rantai kegiatan wisata (Anwani, 2021).

Media sosial adalah jenis media online di mana orang dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan membuat konten. Beberapa contoh media sosial adalah blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Dari beberapa contoh media sosial tersebut, jenis media sosial yang paling banyak digunakan di seluruh dunia meliputi Blog, jejaring sosial, dan wiki. (Caniago & Hero, 2022). Kemudian, peneliti lain menyebutkan media sosial adalah sebuah media *online* dengan para

penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi yang meliputi jejaring sosial, blog, wiki, dan dunia virtual (Marta & Havifi, 2019). Pada penelitian lain mengungkapkan media sosial merupakan jenis aplikasi berbasis internet yang dibangun dengan teknologi *Web 2.0* yang memungkinkan orang untuk membuat dan berbagi konten yang dibuat oleh orang lain. Media sosial ini dapat berupa jejaring sosial, blog, wiki, forum virtual, dan lainnya yang dapat diakses secara global (Kaplan & Haenlein, 2019).

Media sosial merupakan bagian dari jejaring di internet yang memungkinkan orang mewakili diri mereka, berinteraksi, bekerja sama, berbagi, dan berkomunikasi dengan orang lain. Media sosial juga merupakan alat perantara yang digunakan untuk berinteraksi dan berkomunikasi antara individu dengan orang lain, yang sangat bermanfaat bagi masyarakat. Media sosial dapat memfasilitasi komunikasi dua arah, memungkinkan pengguna untuk terlibat dalam dialog, berpartisipasi dalam komunitas, dan membangun jaringan *online*. Media sosial juga memungkinkan penggunanya untuk mengikuti, berbagi, atau menghubungi individu atau entitas tujuan yang ingin terlibat. *Platform* media sosial populer termasuk *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *LinkedIn*, *YouTube*, dan banyak lainnya (Suryaningsih, 2019).

Media sosial sangat berperan dalam membentuk citra destinasi wisata. Paradigma pemasaran pariwisata berubah dari promosi konvensional ke *platform* media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*, dan *TikTok*. Citra destinasi menjadi lebih berkembang dan menarik berkat kombinasi cerita yang kuat dan konten visual yang memukau. Media sosial tidak hanya berfungsi untuk menyebarkan informasi tetapi juga sebagai *platform* partisipatif yang memungkinkan pengguna berinteraksi satu sama lain dan membangun cerita bersama. Promosi atau keterampilan memperkenalkan destinasi dianggap penting untuk menciptakan citra destinasi yang kuat dan autentik (Andzani dkk., 2024).

Promosi Media sosial telah menjadi alat utama dalam promosi destinasi pariwisata. Pengelola destinasi pariwisata dan para pelaku usaha pariwisata aktif menggunakan *platform* media sosial untuk mempromosikan daya tarik dan keunikan destinasi mereka kepada audiens global. Penggunaan media sosial untuk

mempromosikan destinasi wisata dapat meningkatkan kunjungan wisatawan ke tempat wisata yang belum diketahui sebelumnya. Beberapa media sosial yang paling sering digunakan termasuk *Twitter*, *Facebook*, dan *Instagram*. Kemudahan dalam mengakses media sosial dan menggunakan media sosial untuk kegiatan promosi pariwisata dirasakan oleh seluruh pihak karena beberapa alasan, yaitu sederhana, murah, dan efektif. Hal inilah yang membuat penggunaan media sosial sebagai alat promosi pariwisata menjadi semakin populer (Nugraha dkk., 2021).

Gambar 1. 1 Postingan Akun Instagram @tmiiofficial



Sumber: (Akun *Instagram* @tmiiofficial)

Gambar 1.1 menunjukkan beberapa postingan yang diunggah oleh akun *instagram* resmi Taman Mini Indonesia Indah. Pada postingan tersebut kurang memperlihatkan peran media sosial yang aktif terhadap promosi, pengenalan, atau pengembangan fasilitas yang ada di Taman Mini Indonesia Indah. Maka dari itu,

peneliti tertarik untuk meneliti variabel media sosial yang akan dicari perannya terhadap pengembangan fasilitas yang ada di Taman Mini Indonesia Indah.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti memilih variabel Media Sosial yang nantinya akan diteliti perannya terhadap pengembangan fasilitas karena diketahui bahwa media sosial banyak digunakan oleh masyarakat untuk berkomunikasi dan mencari informasi. Dengan demikian, fokus penelitian ini akan mengkaji **“Peran Media Sosial Terhadap Pengembangan Fasilitas Di Taman Mini Indonesia Indah”**. Dengan harapan media sosial yang dimiliki oleh TMII lebih berkembang dan banyak memberikan informasi seputar fasilitas yang ada di TMII.

1.2 Rumusan Masalah

Permasalahan yang dimunculkan dalam penelitian ini akan dirumuskan dalam satu fokus utama, yaitu bagaimanakah peran media sosial terhadap pengembangan fasilitas di Taman Mini Indonesia Indah?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peran media sosial terhadap pengembangan fasilitas di Taman Mini Indonesia Indah.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan yang telah dikemukakan dan akan dicapai, maka penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik secara teoritis maupun praktis.

1.4.1 Secara teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan memperluas dan memperdalam kajian mengenai peran media sosial terhadap pengembangan fasilitas di daya tarik wisata.

1.4.2 Secara praktis

- 1) Bagi penulis, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan wawasan dan pengalaman penulis dalam melakukan analisis mengenai peran media sosial terhadap pengembangan fasilitas di daya tarik wisata.
- 2) Bagi peneliti lain, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai langkah awal, pembandingan, atau rujukan untuk kegiatan penelitian lebih lanjut dalam pengembangan ilmu kepariwisataan terutama dalam teori dan aspek pengembangan fasilitas daya tarik wisata.
- 3) Bagi pengelola daya tarik wisata, temuan dalam penelitian ini diharapkan dapat menjadi penambah wawasan dan acuan untuk meningkatkan kualitas dari daya tarik wisata yang dikelola.
- 4) Bagi lembaga pemerintahan, temuan dalam penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi bagi penelitian sejenis dan menjadi bahan acuan bagi lembaga pemerintah.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Skripsi ini terdiri dari lima bab dengan mengacu pada sistematika penulisan yang tercantum pada buku Pedoman Penulisan Karya Ilmiah terbitan Universitas Pendidikan Indonesia tahun 2024. Ruang lingkup penelitian akan dijelaskan sebagai berikut.

- 1) Bab I: Pendahuluan

Dalam bab ini mengemukakan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan ruang lingkup penelitian.

- 2) Bab II: Kajian Pustaka

Dalam bab ini menguraikan mengenai kajian teori, hipotesis, dan kerangka pemikiran yang berkaitan dan mendukung penelitian.

- 3) Bab III: Metode Penelitian

Dalam bab ini menguraikan mengenai cara-cara penelitian yang akan dilakukan melalui tahapan-tahapan dengan meliputi: lokasi penelitian, desain penelitian, partisipan, populasi dan sampel, variabel penelitian, instrumen penelitian, prosedur penelitian, dan analisis data.

- 4) Bab IV: Hasil dan Pembahasan

Dalam bab ini menguraikan mengenai hasil temuan penelitian serta memberikan interpretasi dan pembahasan terhadap hasil tersebut. Pada bagian ini, hasil penelitian akan dikaitkan dengan teori atau penelitian terdahulu.

5) Bab V: Simpulan dan Saran

Dalam bab ini menyajikan mengenai ringkasan dari hasil penelitian serta menjawab rumusan masalah. Bagian ini juga akan memberikan saran untuk penelitian selanjutnya dari hasil dan temuan penelitian.