

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Media sosial berperan penting dalam penyebaran informasi pariwisata dan memengaruhi keputusan wisatawan (Fotis, 2012 dalam Nur'afifah & Prihantoro, 2021). Salah satu tahap dalam proses keputusan pembelian adalah pencarian informasi, di mana wisatawan mencari informasi produk atau jasa dari sumber pribadi, komersial, publik, maupun pengalaman. Gursoy & McCleary (2004) (dalam Uthaisar et al., 2023) menegaskan bahwa pencarian informasi menjadi prioritas bagi wisatawan karena informasi yang tepat dapat mengurangi ketidakpastian dan risiko perjalanan.

Instagram, sebagai salah satu platform berbasis visual yang populer, menjadi sarana efektif bagi pelaku pariwisata dalam menyampaikan informasi kepada calon wisatawan. Melalui konten yang kreatif dan interaktif, Instagram memungkinkan pengguna memperoleh gambaran mengenai suatu destinasi sebelum melakukan kunjungan. Media sosial, khususnya Instagram, terbukti mampu membentuk persepsi dan memengaruhi keputusan wisatawan jika konten yang ditampilkan relevan dan didukung interaksi digital yang tinggi (Danendra et al., 2024; Rachmawati & Ismayanti, 2023).

Salah satu destinasi yang banyak mendapat sorotan adalah Kampung Pelangi Kota Bandung. Kawasan wisata ini digagas sejak tahun 2018 dengan ciri khas rumah warga yang berwarna-warni sebagai daya tarik utama. Promosi melalui unggahan *content creator* di Instagram membuat kampung ini menjadi viral dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan (Alhamidi, 2024). Fenomena tersebut sejalan dengan penelitian Aidnilla (2024) yang menunjukkan bahwa rekomendasi melalui media sosial berperan dalam mendorong minat berkunjung wisatawan.

Perkembangan masyarakat digital saat ini menimbulkan kebutuhan untuk meninjau kredibilitas sumber dan kualitas informasi secara lebih kritis. Media sosial tidak menerapkan mekanisme verifikasi sistematis terhadap akurasi informasi, sehingga setiap individu memiliki kapasitas yang sama untuk menyebarkan konten,

Ratna Kemala Devi, 2025

PENGARUH KREDIBILITAS SUMBER DAN KUALITAS INFORMASI PADA KONTEN INSTAGRAM
TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE KAMPUNG PELANGI, KOTA BANDUNG
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

baik valid maupun menyesatkan, tanpa standar kredibilitas yang jelas. Kondisi ini memungkinkan informasi yang tidak akurat atau bias tetap diterima oleh publik, terutama apabila disampaikan oleh figur populer atau *influencer* yang dianggap memiliki otoritas. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa keputusan wisatawan tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas informasi, tetapi juga oleh persepsi terhadap kredibilitas sumber. Hal ini sejalan dengan temuan Badan Strategi Kebijakan Dalam Negeri (BSKDN, 2018) yang menunjukkan bahwa 44% masyarakat Indonesia belum mampu membedakan berita hoaks, menandakan rendahnya literasi digital.

Situasi tersebut menunjukkan tantangan dalam penyebaran informasi melalui media sosial, karena setiap individu dapat membagikan informasi, baik yang valid maupun menyesatkan. Persepsi audiens terhadap kredibilitas sumber pun menjadi faktor penting yang perlu dianalisis. Oleh karena itu, penelitian mengenai pengaruh kredibilitas sumber dan kualitas informasi terhadap keputusan berkunjung ke Kampung Pelangi Kota Bandung menjadi penting dilakukan. Penelitian ini bertujuan memperoleh bukti empiris apakah faktor kredibilitas sumber dan kualitas informasi tetap dipertimbangkan dan berpengaruh bagi wisatawan dalam pengambilan keputusan, atau hanya dipengaruhi oleh popularitas viral yang bersifat sementara.

Berbeda dari sebagian besar penelitian terdahulu yang lebih menyoroti perilaku konsumen dalam pembelian produk (Crescentia & Nainggolan, 2021) atau promosi destinasi alam berskala nasional (Aidnilla Sinambela et al., 2024), penelitian ini menekankan analisis pada kredibilitas penyampai informasi serta kualitas pesan digital dalam konteks destinasi lokal berbasis komunitas.

Secara teoretis, penelitian ini memperluas implementasi *Source Credibility Theory* dan *Information Quality Framework* ke ranah pariwisata digital lokal yang masih jarang diteliti. Secara praktis, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi acuan strategis bagi pengelola destinasi dan pemangku kebijakan dalam merumuskan strategi promosi digital yang lebih adaptif, kredibel, dan relevan dengan karakteristik target audiens.

1.2 Rumusan Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian ini bertujuan untuk memberikan arah yang jelas serta batasan kajian. Berikut adalah rumusan masalah dalam penelitian ini :

1. Bagaimana penilaian responden mengenai kredibilitas sumber, kualitas informasi di Instagram dan keputusan berkunjung ke Kampung Pelangi Kota Bandung?
2. Bagaimana kredibilitas sumber di Instagram dapat memengaruhi keputusan berkunjung ke Kampung Pelangi Kota Bandung?
3. Bagaimana kualitas informasi di Instagram dapat memengaruhi keputusan berkunjung ke Kampung Pelangi Kota Bandung?
4. Bagaimana kredibilitas sumber dan kualitas informasi di Instagram secara bersamaan memengaruhi keputusan berkunjung ke Kampung Pelangi Kota Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian disusun untuk memberikan arah yang terukur dalam menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan. Berikut adalah tujuan penelitian yang hendak dicapai :

1. Menemukanali penilaian responden mengenai kredibilitas sumber, kualitas informasi di Instagram, dan keputusan berkunjung ke Kampung Pelangi Kota Bandung
2. Menemukanali pengaruh kredibilitas sumber di Instagram terhadap keputusan berkunjung ke Kampung Pelangi Kota Bandung.
3. Menemukanali pengaruh kualitas informasi di Instagram terhadap keputusan berkunjung ke Kampung Pelangi Kota Bandung.
4. Menemukanali pengaruh kredibilitas sumber dan kualitas informasi secara bersamaan di Instagram terhadap keputusan berkunjung ke Kampung Pelangi Kota Bandung.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian diuraikan untuk menunjukkan kontribusi yang dapat diberikan baik secara teoretis maupun praktis. Berikut merupakan manfaat penelitian yang diharapkan dari kajian ini :

Ratna Kemala Devi, 2025

PENGARUH KREDIBILITAS SUMBER DAN KUALITAS INFORMASI PADA KONTEN INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE KAMPUNG PELANGI, KOTA BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

1. Penelitian ini dapat menambah wawasan penulis dan sebagai bahan evaluasi ataupun masukan bagi *stakeholder* terkait dalam memanfaatkan media sosial secara optimal. Selain itu, penelitian ini disusun sebagai salah satu persyaratan dalam menyelesaikan proses perkuliahan stara 1 (S1) program studi Manajemen Resort dan Leisure.
2. Hasil penelitian dapat menjadi referensi bagi mahasiswa atau masyarakat luas, khususnya mahasiswa Manajemen Resort dan Leisure ataupun mahasiswa rumpun pariwisata dan mahasiswa umum.
3. Hasil penelitian dapat dijadikan dasar analisis bagi pemangku kepentingan untuk mengembangkan strategi pemasaran Kampung Pelangi Kota Bandung yang lebih efektif.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ilmiah, sistematika penulisan berperan penting sebagai pedoman agar pembahasan tersaji runtut, logis, dan mudah dipahami. Penelitian ini disusun berdasarkan *Pedoman Karya Tulis Ilmiah Universitas Pendidikan Indonesia 2024* sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan : memuat latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan. Bab ini memberikan gambaran mengenai konteks penelitian, urgensi topik yang dikaji, dan arah penelitian.

Bab II Tinjauan Pustaka : berisi landasan teori yang relevan, seperti *marketing media*, *source credibility theory*, *information quality framework*, dan *theory of planned behavior*. Bab ini juga mencakup penelitian terdahulu serta kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

Bab III Metodologi Penelitian : menjelaskan jenis penelitian, pendekatan, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, operasionalisasi variabel, uji validitas dan reliabilitas, serta teknik analisis data.

Bab IV Hasil dan Pembahasan : menyajikan temuan penelitian berupa analisis deskriptif dan inferensial, meliputi uji asumsi klasik, analisis regresi, serta pembahasan yang dikaitkan dengan teori maupun penelitian terdahulu.

Bab V Penutup : berisi kesimpulan yang disusun untuk menjawab rumusan masalah serta saran yang ditujukan bagi pihak terkait maupun penelitian berikutnya.

Ratna Kemala Devi, 2025

PENGARUH KREDIBILITAS SUMBER DAN KUALITAS INFORMASI PADA KONTEN INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE KAMPUNG PELANGI, KOTA BANDUNG
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu