

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek penelitian adalah suatu atribut atau sifat dan nilai dari seseorang, suatu objek, atau kegiatan dengan variasi tertentu yang ditentukan oleh penulis untuk mencari jawaban dan menarik kesimpulan (Sugiyono, 2014). Objek dalam penelitian ini adalah ulasan wisatawan melalui platform wisata TripAdvisor terhadap 2 negara yang menjadi tujuan utama pariwisata di Asia Tenggara, yaitu Vietnam, dan Indonesia. Masing-masing negara akan diambil 25 destinasi teratas dengan jumlah ulasan terbanyak.

1.1.1 TripAdvisor

TripAdvisor Inc. merupakan perusahaan bentukan Amerika yang didirikan pada tahun 2000 untuk menyediakan wisata online melalui aplikasi mobile dan website yang terbagi kedalam dua bagian, yaitu hotel serta media & platform. TripAdvisor termasuk kedalam platform wisata terpopuler di dunia, dijadikan panduan dalam berwisata melalui *user generated content* (UGC), salah satunya berbentuk ulasan (Dina, 2020).

Para pengunjung dapat mengulas tempat yang telah mereka kunjungi dengan mengunggah ulasan, opini, dan pengalaman aktivitas mereka. Ulasan pengunjung dapat bermanfaat untuk wisatawan dalam menggali informasi mengenai destinasi wisata. Wisatawan dapat menggunakan TripAdvisor sebagai panduan untuk mencari destinasi wisata yang sesuai dengan keinginan. Beberapa faktor yang mempengaruhi pemilihan wisatawan terhadap destinasi wisata diantaranya adalah keterjangkauan, ketersediaan aktivitas, popularitas, dan keamanan (Khotimah, 2017)



Gambar 1. 1 Logo Tripadvisor

Sumber: Situs resmi TripAdvisor

1.1.2 Objek Wisata Vietnam

Vietnam merupakan negara dengan destinasi wisata yang menarik, termasuk dari segi pesona alam, sejarah, dan budayanya. Vietnam menduduki peringkat ke-3 dalam hal jumlah wisatawan relatif terhadap populasi negara di kawasan Asia Tenggara (World Bank Group, 2023). Vietnam mengalami peningkatan pengunjung asing sebesar 5,5 juta orang hanya dalam enam bulan pertama tahun 2023, dibandingkan dengan keseluruhan tahun 2022. Akhir tahun 2023, sektor pariwisata Vietnam menargetkan 8 juta pengunjung.

Menurut Bobby Nguyen, ketua agen perjalanan Rustic Hospitality Group, saluran komunikasi online melalui media sosial maupun jejaring lain merupakan cara tercepat mempromosikan citra Vietnam di mata dunia (Nguyen et al., 2024). Pada penelitian ini, penulis mengambil 25 destinasi wisata Vietnam yang mendapatkan ulasan terbanyak di platform wisatawan Tripadvisor.

Tabel 1. 1 25 Destinasi Wisata Vietnam

No.	Destinasi	No.	Destinasi
1	An Bang Beach	14	My Son Sanctuary
2	Bitexco Financial Tower	15	Museum Ethnology
3	Central Post	16	Old Quarter

4	Cu Chi Tunnel	17	Po Nagar Cham
5	Dragon Bridge	18	Saigon Notre
6	Halong Bay	19	Tam Coc
7	Ho Chi Minh	20	Temple of Literature
8	Hoa Lo	21	The Independence
9	Hoi An Ancient	22	The Marble Mountain
10	Hue Imperial City	23	Thien Mu Pagoda
11	Japanese Covered Bridge	24	Vietnam Women
12	Lady Buddha	25	War Remnants
13	Lake of The Restored		

1.1.3 Objek Wisata Indonesia

Indonesia adalah negara kepulauan yang terkenal karena keindahan alam, keragaman budaya yang kaya, serta warisan sejarahnya. Indonesia juga telah menjadi salah satu destinasi wisata populer di dunia. Indonesia telah menarik jutaan wisatawan yang berkunjung dari seluruh penjuru dunia.

Menurut World Data, Indonesia menduduki peringkat ke-7 dalam hal jumlah wisatawan relatif terhadap populasi negara di kawasan Asia Tenggara (World Bank Group, 2023). Pada penelitian ini, penulis mengambil 25 destinasi wisata Indonesia yang mendapatkan ulasan terbanyak di platform wisatawan Tripadvisor.

Tabel 1. 2 25 Destinasi Wisata Indonesia

No	Destinasi	No	Destinasi
1	Bali Bird Park	14	Nusa Dua Beach
2	Bali Safari Marine Park	15	Prambanan Temple
3	Bali Zoo	16	Sacred Monkey Forest Sanctuary
4	Borobudur Temple	17	Sanur Beach
5	Campuhan Ridge Walk	18	Seminyak Beach
6	Ijen Crater	19	Tanah Lot Temple
7	Jatiluwih Green Land	20	Tegalalang Rice Terrace
8	Kelingking Beach	21	Tirta Empul Temple
9	Kuta Beach Bali	22	Tirta Gangga
10	Monas	23	Ulun Danu Bratan Temple
11	Mount Batur	24	Uluwatu Temple
12	Mount Bromo	25	Waterbom Bali
13	Museum Pasifika		

1.2 Latar Belakang Penelitian

Meningkatnya penetrasi penggunaan teknologi untuk bertukar informasi, wisatawan yang sedang bepergian memiliki tingkat kemandirian yang lebih tinggi. Teknologi kian berkembang pesat dan mengubah cara wisatawan dalam bertukar informasi. Internet menjadi salah satu sumber informasi utama mereka. Penggunaan *mobile devices*, internet, dan media

sosial memberikan wisatawan kemudahan untuk bertukar informasi secara *real-time*. Saat berkunjung ke destinasi wisata, mereka akan membagikan kesan, pengalaman, atau mencari informasi yang lebih spesifik mengenai destinasi tersebut (Xu et al., 2021). Aktivitas bertukar informasi ini menjadikan wisatawan tidak lagi bergantung kepada jasa agen wisata untuk membuat keputusan berkunjung ke suatu destinasi wisata. Dengan akses yang semakin luas terhadap internet, wisatawan memiliki kontrol yang lebih besar terhadap perencanaan perjalanan mereka secara bebas disesuaikan dengan preferensi pribadi mereka. Kebebasan tersebut menimbulkan pola pergerakan wisata yang kompleks (Ramadhani et al., 2021). Hal ini dapat menjadi tantangan bagi pelaku industri pariwisata dalam beradaptasi terhadap pola baru wisatawan sehingga dapat memenuhi kebutuhan wisatawan. (Alamsyah et al., 2021)

Ulasan destinasi wisata kini menjadi hal yang penting semenjak penggunaan internet dan media sosial oleh para wisatawan dalam membuat keputusan berkunjung meningkat. Ulasan dari pengunjung akan menjadi informasi penting yang membantu wisatawan dalam mencari destinasi yang sesuai dengan keinginan dan preferensi pribadi. Wisatawan juga memiliki kebiasaan baru untuk selalu terkoneksi dengan internet dan berbagi informasi mengenai destinasi yang telah dikunjungi melalui situs pariwisata, seperti blog, forum, komunitas online, serta jejaring sosial yang berkaitan dengan informasi wisata (Carr et al., 2016). Maka dari itu, bagi pemilik destinasi wisata, kini manajemen reputasi online menjadi investasi yang paling penting (Tripadvisor, 2019).

Tripadvisor merupakan salah satu platform wisata berskala global yang memfasilitasi ulasan personal, rating, dan pendapat mengenai destinasi yang telah dikunjungi. Platform ini memainkan peran penting bagi wisatawan untuk bertukar informasi, menjadi ruang untuk sumber referensi dalam memahami daya tarik suatu destinasi wisata. Ketersediaan data dalam bentuk ulasan pengunjung menjadi aset yang penting untuk dapat mempelajari persepsi dari tourist experience.

Berdasarkan latar belakang dan fenomena di atas, penting bagi pelaku pariwisata untuk mengetahui persepsi dan preferensi destinasi wisata wisatawan dengan memanfaatkan data ulasan wisatawan secara online, sehingga dapat menyediakan kebutuhan pariwisata yang lebih tepat sasaran. Maka dari itu penulis akan melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Persepsi Dan Preferensi Destinasi Wisata Berdasarkan Sentimen Dan Tourist Experience: Studi Kasus Pada Negara Indonesia Dan Vietnam Menggunakan Text Classification**”

1.3 Perumusan Masalah

Kemajuan teknologi berpengaruh pada industri pariwisata dengan menyediakan data yang lebih luas dan dinamis (Rogerson & van der Merwe, 2016). Platform atau situs web seperti Tripadvisor memberikan kemudahan akses terhadap Konten yang Dihasilkan Pengguna (UGC) yang berperan penting dalam menyediakan informasi dan wawasan inovatif bagi pemerintah dan pengelola destinasi pariwisata. Data UGC dapat dimanfaatkan untuk memahami pola perilaku wisatawan saat mereka berkunjung ke destinasi pariwisata, sehingga memungkinkan identifikasi citra destinasi wisata dari sudut pandang wisatawan (Dina, 2020). Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah ini, penelitian ini mengarah pada beberapa pertanyaan penelitian yang harus dijawab, yaitu:

1. Bagaimana sentimen wisatawan terhadap destinasi wisata di Indonesia dan Vietnam?
2. Bagaimana persepsi wisatawan terhadap dimensi *tourist experience* di destinasi wisata di Indonesia dan Vietnam?
3. Bagaimana sentimen dan persepsi wisatawan terhadap masing-masing dimensi *entertainment* di Indonesia dan Vietnam?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah disajikan di atas, tujuan dari penelitian ini dapat dirinci sebagai berikut::

1. Untuk mengetahui sentimen wisatawan terhadap destinasi wisata di

Indonesia dan Vietnam.

2. Untuk mengetahui persepsi wisatawan terhadap dimensi *tourist experience* di destinasi wisata di Indonesia dan Vietnam.
3. Untuk mengetahui sentiment dan persepsi wisatawan terhadap masing-masing dimensi *entertainment* di Indonesia dan Vietnam.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini mengklasifikasikan kegunaannya dalam dua kategori: kegunaan teoritis dan penggunaan praktis. Berikut ini penjabarannya:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori terkait analisis sentimen dan *tourist experience* dalam konteks pariwisata. Temuan dari penelitian ini dapat memperkaya literatur akademis tentang faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan preferensi wisatawan terhadap destinasi wisata. Bagi penggunaan teknologi informasi dalam pariwisata, penelitian ini dapat membuka wawasan baru tentang penerapan teknologi informasi, khususnya *text classification*, dalam pengelolaan dan pengembangan destinasi wisata. Hal ini dapat membantu mengidentifikasi tren dan pola kunjungan wisatawan serta memperbaiki pengalaman mereka. Temuan-temuan ini dapat menjadi dasar bagi penelitian lebih lanjut dan perkembangan teori-teori terkait.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Pemerintah: Hasil penelitian ini dapat menjadi panduan bagi pemerintah dalam merumuskan kebijakan dan strategi pengembangan pariwisata di Indonesia dan Vietnam. Informasi mengenai persepsi dan preferensi wisatawan dapat digunakan untuk meningkatkan promosi dan pengelolaan destinasi wisata.
2. Stakeholder Pariwisata: Stakeholder pariwisata, termasuk operator tur, hotel, dan restoran, dapat menggunakan temuan penelitian ini untuk meningkatkan layanan dan fasilitas mereka sesuai dengan kebutuhan dan keinginan wisatawan. Hal ini dapat meningkatkan daya saing

destinasi wisata dan meningkatkan kepuasan pengunjung.

3. Masyarakat: Informasi mengenai analisis sentimen dan tourist experience dapat memberikan wawasan kepada masyarakat tentang destinasi wisata yang menarik di Indonesia dan Vietnam. Hal ini dapat membantu masyarakat dalam memilih destinasi wisata yang sesuai dengan preferensi dan ekspektasi mereka, serta memperkaya pengalaman wisata mereka.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika penulisan dalam penelitian ini disusun untuk memberikan gambaran umum dan panduan dalam menyusun penelitian. Di bawah ini merupakan ringkasan sistematika penulisan untuk penelitian yang berjudul “ Analisis Persepsi Dan Preferensi Destinasi Wisata Berdasarkan Sentimen Dan *Tourist Experience*: Studi Kasus Pada Negara Indonesia Dan Vietnam Menggunakan *Text Classification*” sebagai berikut :

a. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memberikan penjelasan singkat, ringkas, dan mendalam tentang isi penelitian. Ini mencakup informasi tentang latar belakang penelitian, sejarah penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan prosedur untuk menyusun tugas akhir..

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Teori umum dan khusus, penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran penelitian dibahas dalam bab ini. Jika diperlukan, itu juga mencakup hipotesis.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Jenis metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan penelitian konklusif atau kausal merupakan penelitian dilakukan saat penulis sudah membaca penelitian terdahulu dan menguji apakah hubungan antar variable pada penelitian terdahulu juga terjadi pada objek yang sedang diteliti.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil dan diskusi penelitian disajikan dalam sub judul tersendiri dan diuraikan secara sistematis sesuai dengan perumusan masalah dan tujuan penelitian. Bab ini terdiri dari dua bagian: yang pertama menampilkan hasil penelitian, dan yang kedua membahas atau menganalisis hasil penelitian. Setiap aspek pembahasan harus dimulai dengan analisis data, interpretasi, dan pengambilan kesimpulan. Penelitian sebelumnya dan landasan teoritis yang relevan harus dipertimbangkan selama diskusi.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian, kemudian menjadi saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian.