

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Seiring berkembangnya teknologi semakin membantu manusia dalam menjalankan aktivitasnya. Salah satu perkembangan zaman salah satunya adalah teknologi media komunikasi, Semakin mudah dan cepatnya layanan

Media sosial atau yang sering disingkat dengan “medsos” merupakan bagian dari teknologi media komunikasi. Media sosial didefinisikan sebagai penggunaan berbasis jaringan dan seluler teknologi untuk mengubah komunikasi dengan penggunaan media sosial lainnya dari jauh baik dalam urusan pribadi maupun organisasi, termasuk komunikasi media sosial pada klien dan calon klien perusahaan, maupun menjadi dialog interaktif (Mustomi dan puspasari, 2020).

Penelitian ini akan menjelaskan tentang bagaimana pengaruh media sosial dalam membentuk citra destinasi wisata alam danau tiba dengan studi kasus objek wisata Bukit Sibeabea yang berada di Kecamatan Harian.

Kecamatan Kabupaten Samosir termasuk Harian. Potensi wisata di Kecamatan Harian sebanding dengan kawasan Pulau Samosir lainnya. Kecamatan Harian memiliki segudang tempat wisata yang telah mendapat pengakuan signifikan baik di dalam maupun di luar Pulau Samosir. Daftar di atas merupakan kompilasi destinasi wisata terkenal di Distrik Harian.:

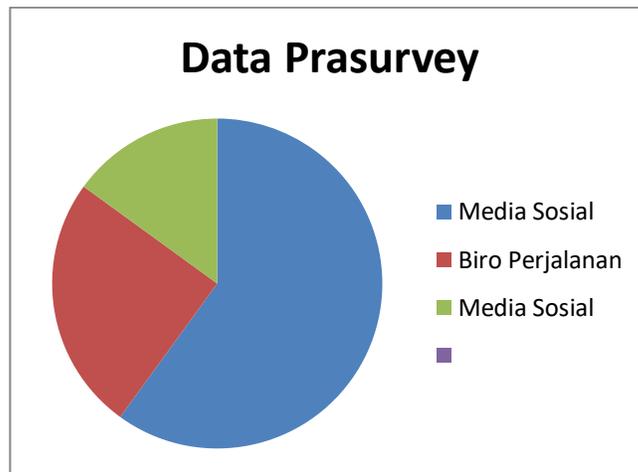
Tabel 1.1
Daftar Objek Wisata di Kecamatan Harian

NO	Objek Wisata	Jenis Objek Wisata
1	Bukit Sibeabea	Wisata Alam
2	Bukit Holbung/ Bukit Cinta	Wisata Alam
3	Menara Pandang Tele	Wisata Alam
4	Air Terjun Efrata	Wisata Alam
5	Dolok Togaraja	Wisata Alam
6	Siarubung Camp	Wisata Alam

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Samosir

Tabel 1.1 menunjukkan tempat wisata unggulan Kecamatan Harian yang dicetak tebal. Di wilayah ini wisata alam mendominasi. Salah satu destinasi wisata alam tersebut adalah Bukit Sibebe di Desa Turbuk Sihotang, Kecamatan Harian, Kabupaten Samosir yang memukau dengan medan pegunungan dan udaranya yang sejuk..

Objek wisata Bukit Sibebe merupakan tempat wisata religi baru, yang dibuka sejak bulan April 2021, namun objek wisata ini masih dalam tahap proses pembangunan, tetapi karena banyaknya masyarakat atau pengunjung yang datang berbondong – bondong dan memohon agar dibuka kembali, dimana memang Replika Patung Tuhan Yesus sudah berdiri disana dan pemandangan Sibebe yang sangat indah yang terkenal dengan kelok 8 (delapan) nya. Dengan pertimbangan tersebut dan protokol kesehatan serta penjagaan yang ketat, maka pengelola objek wisata Bukit Sibebe membukakan kembali akses menuju objek wisata Bukit Sibebe pada tahun 2021. Salah satu hal yang membuat objek wisata ini mengalami pengunjung yang selalu meningkat dan dikenal banyak orang ialah melalui media sosial hal ini terbukti berdasarkan survey yang sudah dilakukan oleh peneliti pada tanggal 31 Mei 2022 dengan menyebarkan kuesioner kepada 20 orang yang sudah mengunjungi Bukit Sibebe dan membuktikan bahwa 17 dari 20 pengunjung mengetahui objek wisata Bukit Sibebe melalui media sosial.



**Gambar 1.1`
Data Prasurvey**

Di penelitian ini hanya memfokuskan untuk meneliti pada satu media sosial saja, karena objek wisata Bukit Sibeabea hanya memiliki satu akun media sosial yang resmi digunakan pengelolanya untuk mempromosikan objek wisata tersebut. Berikut adalah media sosial objek wisata Bukit Sibeabea, @sibeabea_samosir.



Gambar 1.2
Akun media sosial objek wisata Bukit Sibeabea
Sumber : Instagram @sibeabea_samosir

Jika dilihat berdasarkan sosial media instagram, sibeabea memiliki pengikut sebanyak 17.800 dimana untuk sebuah sosial media tergolong tinggi. Sedangkan untuk jumlah penduduk Kecamatan Harian sebanyak 9.397 (sensus penduduk Indonesia 2020). Hal tersebut membuktikan bahwa media sosial berpengaruh terhadap peningkatan pengunjung objek wisata Bukit Sibeabea.

Dari latar belakang tersebut, muncul ketertarikan melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH MEDIA SOSIAL DALAM MEMBENTUK CITRA DESTINASI WISATA ALAM DANAU TOBA (STUDI KASUS BUKIT SIBEABEA)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Identifikasi dan artikulasi tantangan penelitian merupakan langkah penting dalam proses penelitian.:

”Apakah media sosial berpengaruh dalam membentuk citra destinasi wisata alam danau toba (studi kasus objek wisata Bukit Sibeabea)?”

1.3 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari tugas akhir ini adalah untuk memastikan :
Untuk mengetahui bagaimana media sosial dapat berpengaruh dalam membentuk citra destinasi wisata alam Danau Toba (Studi kasus objek wisata Bukit Sibeabea).

1.4 Kontribusi Tugas Akhir

Penelitian berkualitas tinggi dicirikan oleh kemampuannya untuk memberikan hasil yang bermanfaat baik bagi pihak yang terlibat langsung dalam penelitian maupun masyarakat luas. Keuntungan melakukan penelitian ini adalah:

1. Bagi Penulis

Dapat membantu penulis memahami bagaimana media sosial mempengaruhi citra destinasi.

2. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berharga bagi kemajuan kurikulum Konvensi dan Manajemen Acara di Politeknik WBI dengan mengkaji dampak media sosial terhadap persepsi atraksi wisata alam.

3. Bagi Objek Wisata Bukit Sibeabea

Penelitian ini bertujuan untuk menjadi sumber daya berharga bagi pengelola objek wisata Bukit Sibeabea, memberikan panduan dalam melakukan evaluasi dan memberikan wawasan untuk meningkatkan taktik pemasaran. Tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke objek wisata tersebut.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil yang diharapkan dari penelitian ini adalah bahwa temuannya akan menjadi sumber dan sumber informasi berharga bagi pembaca dan akademisi lain yang terlibat dalam penyelidikan di masa depan, khususnya yang berkaitan dengan dampak media sosial terhadap citra destinasi.