

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Media Sosial

Keberadaan media dengan segudang manfaatnya telah menjadi aspek integral dalam kehidupan manusia. Evolusi masyarakat telah memunculkan beragam *platform* komunikasi, termasuk media sosial. Media sosial mengacu pada *platform online* yang memungkinkan individu untuk memamerkan diri mereka sendiri, terlibat dalam interaksi, bekerja sama, berbagi konten, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan menjalin hubungan sosial virtual. Media sosial adalah platform online yang memfasilitasi interaksi dan keterlibatan orang-orang dalam lingkungan sosial virtual. Nilai-nilai yang ada di seluruh masyarakat dan komunitas-komunitas juga diwujudkan dengan cara yang sama, baik dengan cara yang sebanding atau berbeda, di dalam dunia internet. Banyak pakar yang berspesialisasi dalam penelitian *online* menegaskan bahwa *platform* media sosial di internet berfungsi sebagai cerminan fenomena dunia nyata, termasuk contoh plagiarisme. (Nasrullah 2016).

Selain penegasan di atas, penjelasan atau penjelasan selanjutnya mengenai media sosial merupakan konstruksi yang diturunkan oleh para ulama di bidang tersebut.:

1. Dalam studi yang dilakukan oleh Taprial dan Kanwar (2012), media sosial mengacu pada jenis media yang memungkinkan penggunanya terlibat dalam interaksi sosial, baik secara langsung atau online, melalui berbagi beragam materi seperti foto, berita, dan bentuk lainnya. komunikasi dengan orang lain.
2. Menurut penelitian yang dilakukan oleh B.K. Lewis pada tahun 2010, Media sosial mengacu pada teknologi digital yang memfasilitasi koneksi, interaksi, penciptaan, dan penyebaran isi pesan antar individu.

2.1.1 Jenis – Jenis Media Sosial

Dalam karya penting mereka, Kaplan dan Haenlein (2010) mengategorikan berbagai bentuk media sosial menjadi enam jenis berbeda. Klasifikasi ini mencakup serangkaian platform media sosial yang komprehensif.:

1. Proyek kolaboratif memfasilitasi partisipasi beberapa orang secara bersamaan dalam pengembangan materi, seperti yang ditunjukkan oleh platform seperti Wikipedia.
2. Blog muncul sebagai wujud awal media sosial, bercirikan halaman web pribadi yang sebagian besar berisi postingan yang disusun secara kronologis dan disertai stempel tanggal. Salah satu bentuk publikasi *online* yang lazim adalah blog berbasis teks.
3. Komunitas konten terutama bertujuan untuk memfasilitasi berbagi berbagai bentuk konten media, termasuk materi tekstual, foto, video, dan presentasi PowerPoint, di antara para anggotanya.
4. Situs jejaring sosial memfasilitasi konektivitas pengguna melalui pembuatan informasi profil pribadi dan undangan teman dan kolega untuk mengakses profil, serta pertukaran surat elektronik dan pesan instan.
5. Game Virtual adalah platform digital yang meniru dunia tiga dimensi, memungkinkan pemain untuk mengambil representasi avatar yang dipersonalisasi dan terlibat dalam interaksi yang diatur oleh peraturan game yang telah ditentukan.
6. Dunia sosial virtual memberikan kebebasan kepada individu untuk memilih dan melakukan perilaku yang mereka pilih, dengan menyamar sebagai avatar di dalam dunia virtual yang mencerminkan realitas fisik. Salah satu contohnya adalah dunia maya yang dikenal dengan *Second Life*.

2.1.2. Fungsi Media Sosial

Platform media sosial seringkali digunakan untuk tujuan berbagi dan terlibat dalam berbagai aktivitas. Media sosial umumnya digunakan sebagai platform untuk keterlibatan sosial. Berikut ini adalah fungsi tambahan dari platform media sosial. (Batee, 2019)

1. Mencari berita, informasi dan pengetahuan

Platform media sosial berfungsi sebagai gudang berita, informasi, dan keahlian yang luas, menyebarkan sumber daya ini kepada publik dengan lebih cepat dibandingkan saluran media tradisional seperti televisi..

2. Mendapatkan Hiburan

Salah satu strategi potensial untuk mengurangi emosi yang tidak menyenangkan adalah dengan melakukan aktivitas hiburan, seperti menggunakan platform media sosial untuk tujuan rekreasi..

3. Komunikasi *online*

Aksesibilitas platform media sosial digunakan oleh individu untuk terlibat dalam komunikasi online, termasuk aktivitas seperti mengobrol, bertukar kabar terbaru, menyebarkan berita, dan menyampaikan undangan..

4. Menggerakkan masyarakat

Kehadiran isu-isu pelik seperti politik, pemerintahan, suku, agama, ras, dan budaya (SARA) dapat menimbulkan beragam reaksi dari masyarakat. Salah satu pendekatan untuk mengatasi berbagai tantangan ini adalah dengan menggunakan platform media sosial sebagai sarana untuk memberikan kritik, rekomendasi, kritik, dan pembelaan..

5. Sarana berbagi

Platform media sosial sering kali digunakan sebagai media untuk menyebarkan informasi berharga kepada khalayak luas, sehingga memungkinkan transmisi pengetahuan dari satu individu ke kelompok individu yang lebih besar. Penyebaran informasi ini bertujuan untuk memfasilitasi kesadaran yang luas di antara banyak pemangku kepentingan, baik dalam konteks domestik maupun global.

2.1.3. Karakteristik Media Sosial

Platform media sosial sering kali digunakan sebagai media untuk menyebarkan informasi berharga kepada khalayak luas, sehingga memungkinkan transmisi pengetahuan dari satu individu ke kelompok individu yang lebih besar. Penyebaran informasi ini bertujuan untuk memfasilitasi kesadaran yang luas di antara banyak pemangku kepentingan, baik dalam konteks domestik maupun global.:

1. Arsip

Arsip berfungsi sebagai atribut yang dapat dilihat oleh pengguna media sosial, menandakan keberadaan materi tersimpan yang tetap dapat diakses di beberapa perangkat dan pada saat tertentu..

2. Interaksi

Hakikat mendasar dari media sosial adalah pada terjalinnya jaringan yang saling berhubungan di antara para penggunanya. Tujuan utama dari fungsinya lebih dari sekedar perluasan koneksi sosial atau penambahan pengikut online. Platform media sosial memfasilitasi berbagai jenis keterlibatan pengguna, seperti tindakan memposting komentar dan terlibat dalam aktivitas serupa..

3. Konten oleh pengguna

Sifat ini menunjukkan keseluruhan kepemilikan dan landasan materi media sosial oleh pengguna atau pemilik akun. Wacana pengguna yang disebutkan di atas menunjukkan bahwa individu di dalam platform media sosial terlibat dalam pembuatan konten dan konsumsi konten, di mana mereka tidak hanya menghasilkan materi mereka sendiri tetapi juga berpartisipasi dalam konsumsi informasi yang dihasilkan oleh pengguna lain.

4. Penyebaran

Diseminasi adalah karakteristik yang menonjol dari platform media sosial, di mana pengguna terlibat dalam penyebaran aktif dan evolusi materi, selain peran mereka sebagai pembuat konten dan konsumen..

2.2. Pariwisata

Pariwisata didefinisikan oleh Undang-Undang Nomor 9 Tahun 2010 sebagai perjalanan kelompok ke suatu tujuan untuk kesenangan, pengembangan pribadi, atau kualitas khas. Destinasi wisata yang dikunjungi dalam kurun waktu tertentu.

Pariwisata melibatkan individu, keluarga, atau kelompok yang melakukan perjalanan dari lokasi asal mereka untuk tujuan rekreasi, bukan untuk pekerjaan atau keuntungan finansial. Kunjungan tersebut di atas bersifat sementara dan pada akhirnya akan kembali ke lokasi semula. Subyek yang dipertimbangkan mencakup dua komponen penting, khususnya: perjalanan itu sendiri dan persinggahan sementara di lokasi yang ditentukan yang melibatkan beragam keterlibatan wisatawan..

2.2.1 Jenis jenis Pariwisata

Pariwisata dapat dikategorikan menjadi banyak jenis tergantung pada item dan atraksi yang terlibat. Menurut Marsono (2018), kategorisasi pariwisata dapat diklasifikasikan menjadi tiga jenis berbeda: wisata alam, wisata budaya, dan wisata minat khusus. Wisata alam merupakan jenis wisata yang memusatkan perhatiannya pada kemegahan yang melekat pada lingkungan (Pendit dalam Marsono, 2018). Wisata budaya adalah jenis pariwisata yang memusatkan perhatiannya pada daya tarik estetika artefak dan daya tarik budaya. Wisata minat khusus adalah jenis wisata yang memusatkan fokusnya pada bidang minat tertentu, dengan menyesuaikan penawaran dan daya tariknya. Pendit dalam Utama (2017) mengemukakan bahwa pariwisata dapat dikategorikan berdasarkan motivasi yang mendasari

pengunjung saat mengunjungi suatu destinasi tertentu. Ada beberapa kategori pariwisata yang dapat diidentifikasi, antara lain sebagai berikut: Bentuk pariwisata yang bermacam-macam antara lain wisata budaya, wisata bahari, wisata cagar alam, wisata olah raga, wisata komersial, wisata industri, dan wisata kesehatan..

2.2.2 Ciri – ciri Pariwisata

Ciri-ciri utama pariwisata adalah sebagai berikut:

- a. Seseorang yang melakukan perjalanan dan untuk sementara meninggalkan tempat tinggalnya, dengan tujuan untuk melakukan aktivitas waktu luang atau mencari hiburan.
- b. Tenaga kerja non-remuneratif yang dilakukan oleh wisatawan selama kunjungannya ke suatu destinasi tertentu.
- c. Perjalanan mungkin memiliki durasi terbatas.
- d. Perjalanan dilakukan oleh individu baik sendiri atau bekerja sama dengan orang lain, seperti dalam kelompok atau kolektif)

2.3. Citra Destinasi

Menurut Kotler dan Keller (2009:406), konsep gambar mengacu pada kumpulan keyakinan, pemikiran, dan persepsi yang dimiliki seseorang terhadap suatu benda. Yang dimaksud dengan “citra destinasi” adalah representasi visual yang terkait dengan suatu lokasi wisata tertentu.

Pembentukan citra tujuan melibatkan integrasi citra utama dan citra sekunder. Citra primer berasal dari pengalaman wisatawan setelah berkunjung ke destinasi, sedangkan citra sekunder dikonstruksi melalui proses persepsi selama kunjungan sebenarnya ke destinasi. Menurut Phelps dalam karyanya yang diterbitkan pada tahun 2015 (hal. 68), Echtner dan Ritchie dalam Juanim (2015:68) mengatakan ada dua elemen yang membentuk citra tujuan. Pertama, orang mungkin mengenal tempat tersebut melalui berbagai sumber informasi sebelum datang. Kedua, individu dapat

mengembangkan citra destinasi melalui pengalaman pribadi. Transformasi persepsi suatu destinasi sebelum dan sesudah kunjungan individu. Perilaku pasca kunjungan mengacu pada respons perilaku yang ditunjukkan oleh individu setelah kunjungannya ke suatu tempat tertentu, yang dipengaruhi oleh hasil penilaian mereka terhadap kunjungan tersebut..

2.3.1 Kategori Citra Destinasi

Menurut Pitana (2009:126) Destinasi pariwisata digolongkan menjadi 6 kategori yaitu :

- a) Iklim, pantai, hutan.
- b) Museum, teater, tempat bersejarah, dan komunitas.
- c) Taman hiburan.
- d) Perayaan kesenian Bali, Festival Danau Toba, pasar malam.
- e) Kasino di Genting High Land Malaysia, perjalanan belanja Hong Kong.
- f) Daya tarik psikologis dari petualangan, perjalanan romantis, dan isolasi.

2.3.2 Pembentukan Citra

Menurut penelitian Chen yang dikutip dalam Dewi (2018:19), penelitian tersebut mengkaji tentang perkembangan citra suatu destinasi wisata dan korelasinya dengan kesan wisatawan. Proses konstruksi gambar dikategorikan menjadi empat fase berbeda.;

- a) Citra tersebut memiliki ciri yang tidak jelas dan realisme, dan sebagian besar disebarluaskan melalui saluran komunikasi informal seperti iklan dari mulut ke mulut.
- b) Distorsi citra: Pada saat ini, wisatawan telah mengambil keputusan untuk melakukan perjalanan, dan selanjutnya, kebenaran citra destinasi tersebut mulai terlihat.
- c) Peningkatan persepsi, pada saat ini, pengunjung telah memperoleh pengetahuan langsung tentang perjalanan mereka, sehingga

menghilangkan gambar-gambar yang ambigu dan tidak berdasar, sekaligus memperkuat gambar-gambar yang telah diverifikasi keakuratannya.

- d) Gambaran yang dihasilkan pada langkah terakhir berkaitan dengan pembentukan kenangan baru yang terkait dengan pengalaman wisata, yang mungkin menimbulkan perasaan menyesal atau senang terhadap lokasi yang telah dikunjungi. Hal ini akan berdampak pada kunjungan berikutnya ke lokasi yang sama.

2.3.3 Indikator Citra Destinasi

Hailin Qu dkk. (2011:470) memberikan tiga indikator pengukuran citra tujuan.:

1. Citra destinasi kognitif mencakup beberapa faktor yang berkontribusi terhadap kualitas pengalaman pengunjung secara keseluruhan. Faktor-faktor tersebut meliputi daya tarik wisata yang ada di suatu lokasi tertentu, lingkungan sekitar dan infrastrukturnya, serta pilihan hiburan dan tradisi budaya yang menjadi ciri destinasi tersebut.
2. Citra khas suatu tempat ditandai dengan alam sekitar, daya tarik yang dimiliki pengunjung, dan kehadiran daya tarik lokal di dalam kawasan tersebut.
3. Konsep citra destinasi efektif, disebut juga citra destinasi efektif, mengacu pada kumpulan emosi positif yang dialami individu ketika mengunjungi suatu daerah tertentu. Emosi ini sering kali mencakup sensasi kesenangan, semangat, relaksasi, dan daya tarik..

2.3.4 Dimensi Citra Destinasi

Lopes (2011) menyatakan bahwa gambar tujuan bersifat dua dimensi.

1. Konsep citra destinasi kognitif berkaitan dengan keuntungan yang dirasakan terkait dengan atribut tertentu dari suatu destinasi wisata.

2. Konsep citra tujuan afektif berkaitan dengan respons emosional dan afektif yang terkait dengan lokasi tertentu. Motivasi wisatawan secara signifikan berdampak pada sentimen dan emosi ini..

2.4. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

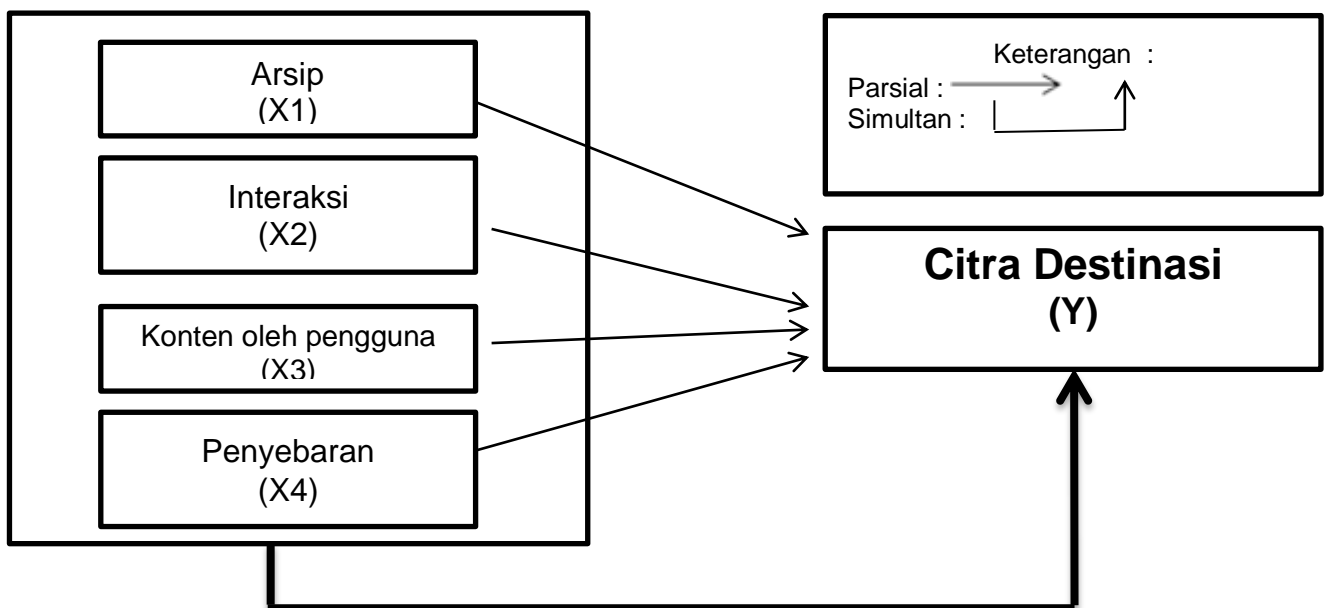
NO	Nama Peneliti	Judul Skripsi	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
1	Muhammad Reyhan Putra Suryanto (2020).	Penelitian ini mengkaji dampak media sosial terhadap kecenderungan pengunjung mengunjungi lokasi wisata dengan memanfaatkan variabel mediasi citra destinasi..	Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dampak media sosial terhadap kecenderungan pengunjung mengunjungi lokasi wisata, dengan fokus khusus pada peran citra destinasi sebagai mediator..	Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat korelasi penting dan konstruktif antara penggunaan media sosial dan kecenderungan mengunjungi tempat tertentu. Selain itu, terdapat pengamatan bahwa platform media sosial memiliki dampak besar dan menguntungkan terhadap persepsi dan citra destinasi secara keseluruhan..
2	Handry Alvin Wangka signifikan (2020).	Paparan media sosial dan niat destinasi wisata: Studi kasus Studio Alam Gamplong.	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dampak paparan media sosial terhadap perilaku kunjungan wisatawan terhadap tempat wisata. Penelitian ini berfokus pada lokasi wisata film, yaitu Studio Alam Gamplong, dan mengkaji dampaknya terhadap permintaan dan kepuasan individu terhadap materi destinasi.	Paparan media sosial mempengaruhi perjalanan wisata, menurut penelitian. Keinginan untuk bepergian dan menikmati materi yang berhubungan dengan destinasi memodulasi efek ini. Niat berwisata juga terkait dengan paparan media sosial.

3	Tesya Cantika (2021).	Dampak Instagram Terhadap Pariwisata Sumsel	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dampak paparan media sosial terhadap perilaku kunjungan wisatawan terhadap tempat wisata. Titik fokus penyelidikan dalam penelitian ini adalah tempat-tempat wisata yang berkaitan dengan wisata film, antara lain Studio Alam Gamplong.	Temuan penelitian menunjukkan bahwa akun Instagram @pesonasriwijaya pada platform media sosial Instagram memberikan pengaruh yang signifikan sebesar 38,2% terhadap tingkat ketertarikan wisatawan untuk berkunjung ke wilayah Sumatera Selatan.
---	-----------------------	---	--	--

Sumber : Data diolah, 2022

2.5 Kerangka Berpikir

Kerangka pemikiran dapat dilihat sebagai model konseptual yang menjelaskan keterkaitan antara ide-ide teoretis dan banyak keadaan. Kerangka kerja untuk mengkonseptualisasikan penelitian ini mungkin berasal dari analisis komprehensif literatur yang ada dan penelitian sebelumnya.:



Gambar 2.1 **Kerangka Berpikir**

1.6 Hipotesis

Sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2020:99), Masalah dapat diatasi sementara dengan menggunakan hipotesis. Tanggapan teoretis terhadap masalah penelitian juga berupa hipotesis. Hipotesis penelitian ini didasarkan pada kerangka konseptual yang disajikan pada gambar..:

1. H1 = Arsip berpengaruh dalam membentuk citra destinasi objek wisata alam Bukit Sibeabea
2. H2 = Interaksi berpengaruh dalam membentuk citra destinasi objek wisata alam Bukit Sibeabea
3. H3 = Konten oleh pengguna berpengaruh dalam membentuk citra destinasi objek wisata alam Bukit Sibeabea
4. H4 = Penyebaran berpengaruh dalam membentuk citra destinasi objek wisata alam Bukit Sibeabea.