

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Penelitian ini berfokus pada destinasi super prioritas di Indonesia, yaitu lima kawasan yang telah ditetapkan oleh pemerintah sebagai titik utama pembangunan pariwisata nasional: Borobudur, Danau Toba, Mandalika, Labuan Bajo, dan Likupang. Kelima destinasi ini dipilih karena perannya yang strategis dalam menyebarkan arus wisatawan ke luar Bali serta potensinya yang besar dalam mewakili kekayaan alam, budaya, dan pengalaman pariwisata Indonesia.



Gambar 1.1 Infografis destinasi super prioritas Indonesia
Sumber Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2021)

1.1.1. Borobudur (Jawa Tengah)

Berdasarkan situs UNESCO (2025) Borobudur adalah sebuah mahakarya arsitektur Buddha yang terletak di Kabupaten Magelang, Jawa Tengah, Indonesia. Dibangun pada abad ke-8 hingga ke-9 oleh Dinasti Syailendra, candi ini merupakan kompleks stupa bertingkat terbesar di dunia dan telah diakui sebagai Situs Warisan Dunia oleh UNESCO sejak tahun 1991. Struktur Borobudur terdiri atas sembilan platform bertingkat, enam berbentuk persegi dan tiga berbentuk lingkaran, yang diakhiri dengan satu stupa utama di puncaknya. Di sepanjang dinding dan langkan,

terdapat lebih dari 2.600 panel relief dan 500 lebih arca Buddha, menjadikannya salah satu monumen dengan relief terbanyak di dunia.

Candi ini bukan hanya menjadi pusat ziarah keagamaan umat Buddha, tetapi juga daya tarik utama bagi wisatawan internasional yang datang untuk menikmati panorama alam sekitar, sunrise yang ikonik, dan makna filosofis dari setiap relief yang diukir dengan presisi luar biasa. Letaknya yang dikelilingi oleh perbukitan Menoreh serta Gunung Merapi dan Merbabu di kejauhan menciptakan suasana yang damai dan kontemplatif.

Setiap tahunnya, Borobudur menarik jutaan pengunjung dari seluruh dunia. Selain sebagai destinasi spiritual, candi ini juga menjadi pusat kegiatan budaya dan pendidikan, termasuk perayaan Waisak berskala internasional yang rutin diadakan di kompleks candi.



Gambar 1.2 Ilustrasi Candi Borobudur

Sumber : UNESCO (2025)

1.1.2. Danau Toba (Sumatera Utara)

Menurut situs Kemenparekraf (2024) Danau Toba terletak di Provinsi Sumatera Utara dan dikenal sebagai danau vulkanik terbesar di Asia Tenggara serta salah satu yang paling luas di dunia. Terbentuk dari letusan supervolcano sekitar 74.000 tahun yang lalu, danau ini membentang sejauh 100 kilometer dengan lebar

sekitar 30 kilometer. Di tengahnya terdapat Pulau Samosir, sebuah pulau vulkanik yang juga menjadi pusat kebudayaan suku Batak Toba.

Selain keindahan alamnya yang menakjubkan hamparan air biru jernih dikelilingi perbukitan hijau Danau Toba juga kaya akan nilai budaya dan spiritual. Pengunjung dapat menjelajahi desa-desa tradisional Batak, menikmati pertunjukan musik gondang, atau mengunjungi rumah adat dan situs megalitikum. Iklimnya yang sejuk, jauh dari keramaian kota, menjadikan destinasi ini populer bagi pelancong yang mencari ketenangan dan keaslian.

Danau Toba merupakan bagian dari daftar Destinasi Super Prioritas Indonesia, dengan pengembangan infrastruktur dan promosi wisata yang gencar dilakukan oleh pemerintah untuk menjadikannya pusat ekowisata dan kebudayaan kelas dunia.



Gambar 1.3 Pulau Samosir di Tengah Danau Toba

Sumber : Sumber Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2024)

1.1.3. Mandalika (Lombok, Nusa Tenggara Barat)

Menurut situs Kemenparekraf (2024) Mandalika terletak di pesisir selatan Pulau Lombok, Nusa Tenggara Barat, dan merupakan kawasan ekonomi khusus (KEK) pariwisata yang dirancang sebagai ikon baru destinasi tropis Indonesia. Mandalika terkenal dengan pantai-pantai eksotis seperti Pantai Kuta Mandalika, Tanjung Aan, dan Selong Belanak, yang menawarkan pasir putih, ombak tenang, dan lanskap perbukitan yang menawan. Selain keindahan alamnya, Mandalika juga menjadi sorotan dunia berkat sirkuit balap internasional Mandalika yang menjadi tuan rumah ajang MotoGP.

Kawasan ini dikembangkan dengan prinsip pariwisata berkelanjutan, memadukan potensi budaya lokal suku Sasak dengan infrastruktur modern yang ramah lingkungan. Festival Bau Nyale, yang mengangkat legenda Putri Mandalika, menjadi salah satu daya tarik budaya yang kuat. Dengan aksesibilitas yang semakin baik dan komitmen investasi jangka panjang, Mandalika berpotensi menjadi destinasi kelas dunia yang menyatukan alam, olahraga, dan budaya.



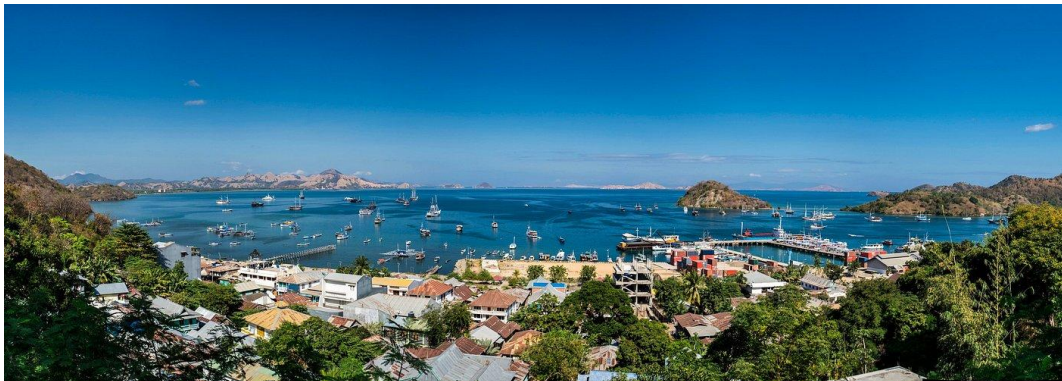
Gambar 1.4 Pantai Mandalika

Sumber : Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2024)

1.1.4. Labuan Bajo (Nusa Tenggara Timur)

Menurut situs Kemenparekraf (2024). Labuan Bajo, terletak di ujung barat Pulau Flores, Nusa Tenggara Timur, adalah gerbang utama menuju Taman Nasional Komodo, rumah bagi satwa purba Komodo yang hanya ada di Indonesia. Dikenal sebagai pusat ekowisata dan wisata bahari premium, Labuan Bajo menyuguhkan pemandangan spektakuler berupa pulau-pulau kecil, perairan jernih, terumbu karang, serta pengalaman menyelam kelas dunia.

Selain daya tarik fauna uniknya, Labuan Bajo juga menawarkan aktivitas pelayaran dengan kapal pinisi, trekking di Pulau Padar, serta wisata budaya dan kuliner di kota pesisir yang terus berkembang. Pemerintah mengembangkan kawasan ini sebagai destinasi pariwisata super prioritas dengan pendekatan ramah lingkungan dan berbasis komunitas, guna memastikan keberlanjutan sumber daya alam sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal.



Gambar 1.5 Pelabuhan Labuan Bajo

Sumber, Tripadvisor, 2025

1.1.5. Likupang (Sulawesi Utara)

Menurut situs Kemenparekraf (2024). Likupang terletak di Kabupaten Minahasa Utara, Sulawesi Utara, dan dikenal akan pantai-pantainya yang masih perawan, seperti Pantai Paal dan Pulisan. Dengan garis pantai yang panjang, hamparan pasir putih, dan laut biru yang jernih, Likupang merupakan surga tersembunyi yang menyimpan potensi besar untuk wisata bahari dan konservasi.

Likupang juga masuk dalam kawasan pengembangan pariwisata yang difokuskan pada ekowisata dan wisata konservasi, serta terintegrasi dengan desa-

desa wisata yang menjaga kearifan lokal dan budaya Minahasa. Destinasi ini memiliki akses yang relatif dekat dari Bandara Sam Ratulangi di Manado dan sedang dikembangkan sebagai pusat wisata baru Indonesia Timur yang menjanjikan eksplorasi alam yang autentik dan pengalaman wisata yang tenang jauh dari hiruk pikuk kota.



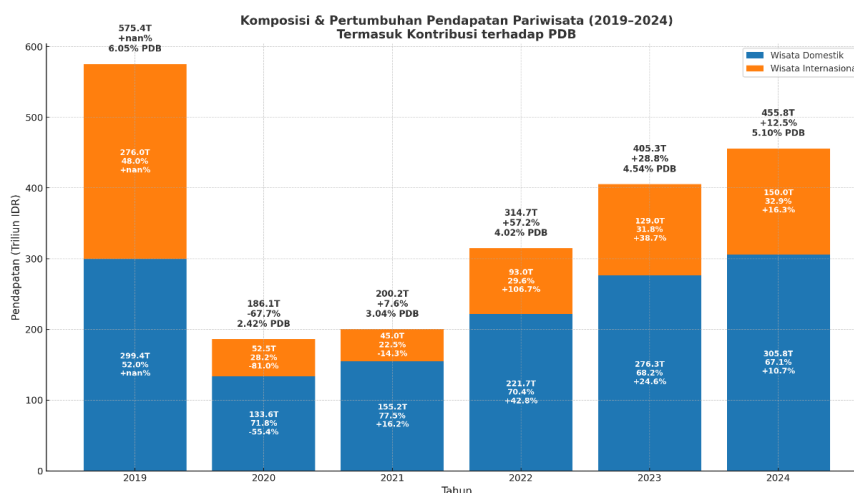
Gambar 1.6 Pantai Likupang

Sumber : Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2023)

1.2 Latar Belakang Penelitian

Pariwisata merupakan salah satu sektor unggulan dalam perekonomian Indonesia dengan potensi besar untuk mendorong pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, dan memperkuat citra bangsa. Sebagai negara kepulauan, Indonesia memiliki kekayaan alam dan budaya yang tersebar di berbagai wilayah. Namun dalam praktiknya, perkembangan sektor ini menunjukkan kecenderungan stagnasi, terutama setelah Covid-19 dalam menarik wisatawan mancanegara secara merata. Selama bertahun-tahun, arus kunjungan internasional masih terfokus pada Bali sementara banyak destinasi lain dengan potensi serupa belum memperoleh visibilitas dan daya saing global yang setara (BPS, 2024).

Ketimpangan ini mencerminkan adanya kesenjangan dalam persepsi wisatawan, serta belum optimalnya pemanfaatan data untuk memahami persepsi mereka. Di era digital, ulasan wisatawan yang tersebar secara daring memberikan peluang besar untuk menangkap persepsi pasar secara real-time, sehingga dapat menjadi landasan dalam merumuskan strategi pengembangan destinasi berbasis data. Untuk memetakan lebih lanjut fenomena pariwisata Indonesia, mari kita telusuri lebih dalam tentang kondisi pariwisata Indonesia secara umum terlebih dahulu dimulai dari kontribusi sektor pariwisata di Indonesia

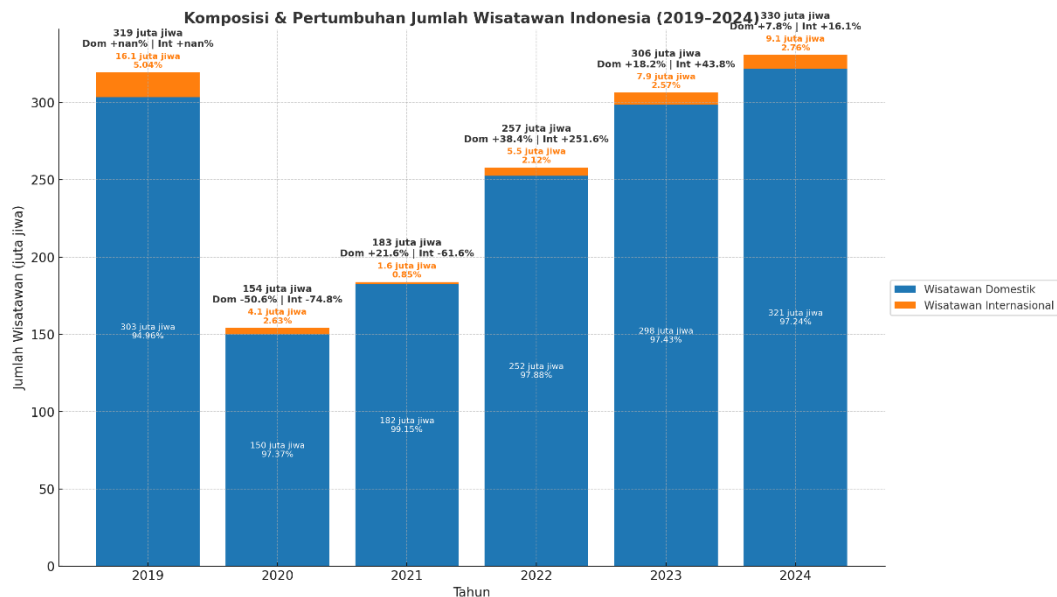


Gambar 1.7 Komposisi & Pertumbuhan Pendapatan Pariwisata (2019–2024)

Domestik vs Internasional

Sumber : Badan Pusat Statistik (2024)

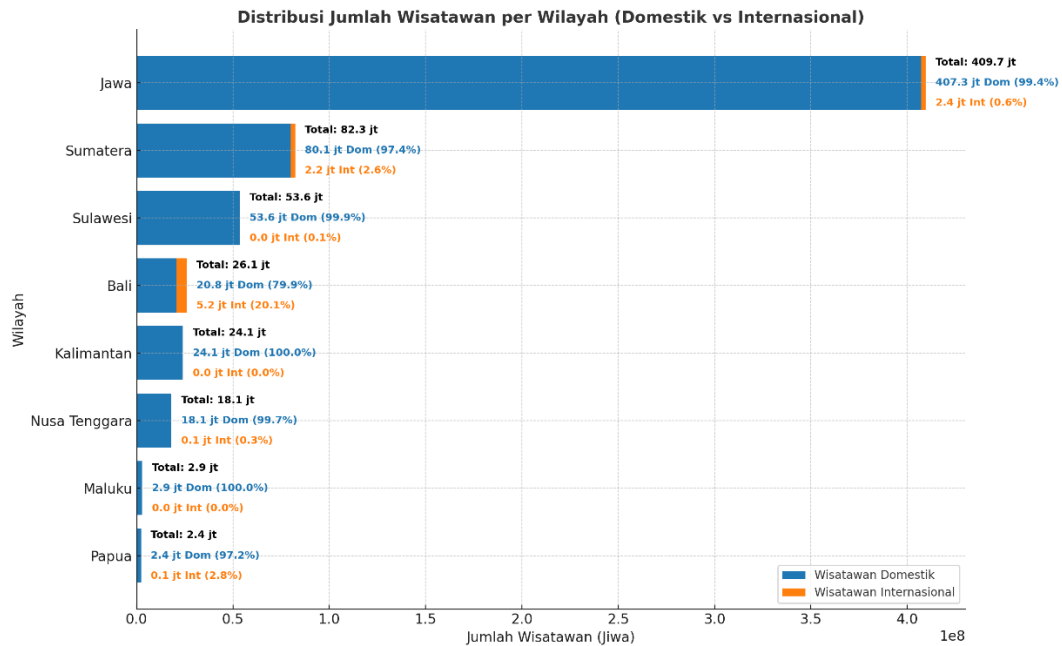
Diagram ini menunjukkan bahwa sektor pariwisata berkontribusi terhadap PDB Indonesia dari tahun ke tahun sebesar 3%-5%. Mengingat besarnya kontribusi sektor pariwisata terhadap perekonomian, sangat penting untuk memahami bagaimana peran wisatawan domestik dan internasional dalam mendukung keberlanjutan serta pertumbuhan ekonomi Indonesia.



Gambar 1.8 Komposisi & Pertumbuhan Jumlah Wisatawan Indonesia

Sumber : Badan Pusat Statistik (2024)

Pariwisata domestik dan internasional memiliki peran strategis dalam mendukung pendapatan nasional dengan keunggulan yang saling melengkapi. Pariwisata domestik, mencakup sekitar 95% dari total wisatawan, menjadi penopang utama ketahanan industri, seperti saat pandemi Covid-19, ketika kontribusinya mencapai 71,79% dari total pendapatan pariwisata, menjaga keberlangsungan sektor ini meski kunjungan internasional menurun tajam. Sebaliknya, wisatawan internasional, meski hanya 5% dari total, memberikan kontribusi pendapatan lebih besar secara proporsional, seperti pada 2019 yang menyumbang setengah dari total pendapatan, dan proyeksi 2024 sebesar 32,92%. Pola ini menegaskan pentingnya strategi yaitu meningkatkan dan menarik wisatawan internasional ke tempat pariwisata guna memaksimalkan pendapatan. Mengingat wisatawan internasional yang hanya berjumlah 5% memberikan kontribusi optimal sektor pariwisata terhadap perekonomian Indonesia.



Gambar 1.9 Distribusi Jumlah Wisatawan per Wilayah

Sumber : Badan Pusat Statistik (2024)

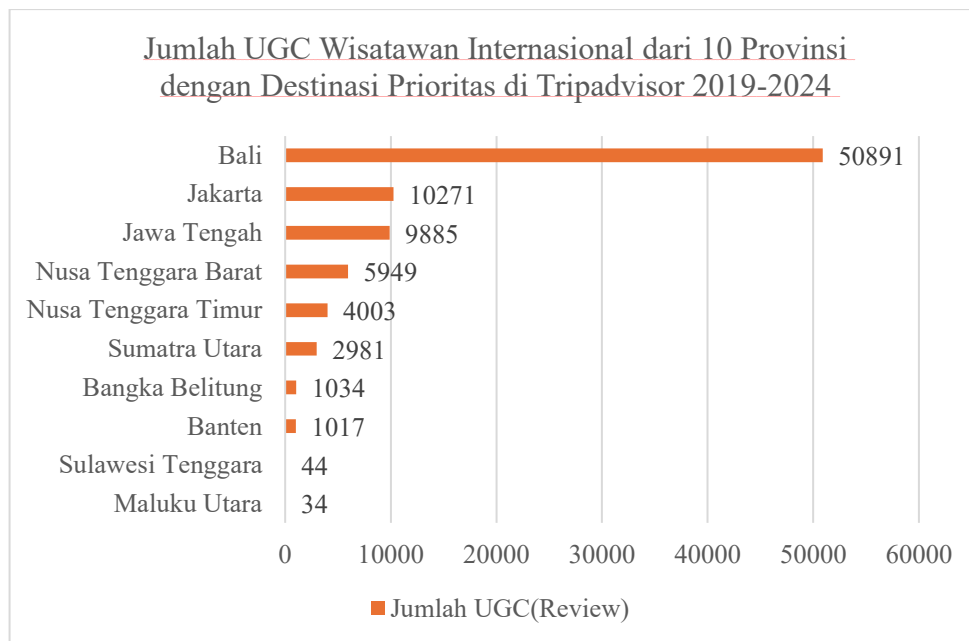
Berdasarkan diagram 1.3 yang disajikan di bawah, 52,6% dari total kunjungan wisatawan mancanegara, meskipun hanya mencakup 3,42% dari total wisatawan domestik. Fenomena ini mencerminkan daya tarik Bali yang sangat kuat di pasar internasional dibandingkan dengan wilayah lain seperti Sumatera (21,58%), Jawa (24,09%), atau Papua (0,68%). Disparitas ini menuntut analisis yang komprehensif untuk memahami dimensi yang menjadikan Bali lebih menarik bagi wisatawan internasional, sekaligus mengidentifikasi kendala atau potensi yang belum optimal di wilayah lain.

Analisis mendalam terhadap pemetaan persepsi wisatawan internasional di berbagai destinasi di Indonesia menjadi krusial untuk memahami keselarasan antara daya tarik yang ditawarkan masing-masing wilayah dan minat pasar global. Dengan pemahaman tersebut, strategi peningkatan daya saing destinasi dapat dirancang secara lebih terarah dan responsif terhadap kebutuhan wisatawan. Pendekatan ini tidak hanya mendukung diversifikasi kontribusi sektor pariwisata, tetapi juga memperkuat posisi Indonesia dalam peta persaingan destinasi wisata internasional.

Untuk menganalisis hal tersebut, dapat digunakan *User-Generated Content* (UGC) sebagai fondasi data. Penggunaan UGC dalam penelitian pariwisata telah

menjadi alat yang semakin penting, terutama untuk analisis berskala besar (Chung et al., 2017). Platform seperti Tripadvisor menyediakan data autentik dan *real-time* tentang pengalaman wisatawan, yang memungkinkan analisis mendalam terhadap persepsi mereka.

Jika dilihat dari sudut pandang jumlah UGC yang dihasilkan, aktivitas dari wisatawan internasional dapat menggambarkan fenomena yang sama, Di mana terdapat mayoritas *cluster* wisatawan internasional yang hanya mengenal Bali sebagai daya tarik utama wisata di Indonesia, sementara minat mereka di area pariwisata yang menawarkan daya tarik yang sama seperti wisata alam, budaya, sejarah, ataupun taman bermain tidak semenarik yang ada di Bali, walaupun secara umum hal yang ditawarkan tidak jauh berbeda, seperti yang digambarkan pada gambar 1.4.



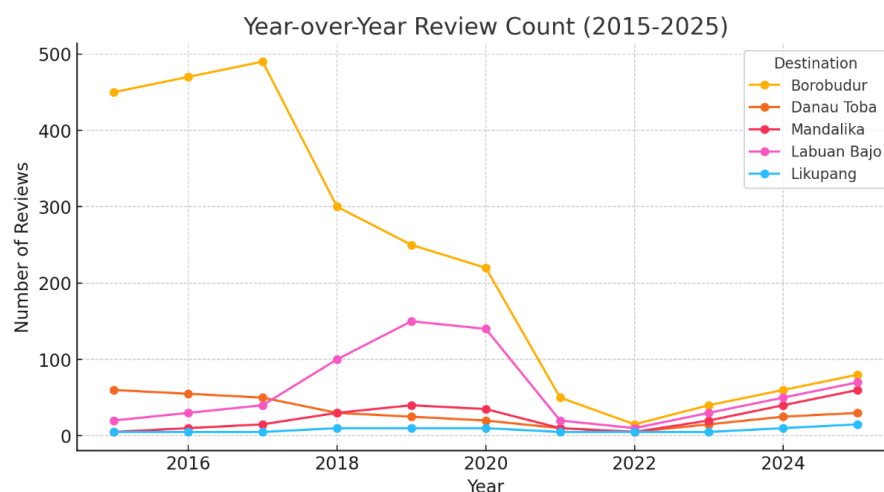
Gambar 1.10 Jumlah Review Online Wisatawan Internasional Indonesia di Tripadvisor 2019-2024

Sumber : Tripadvisor (2025)

Saat ini, dominasi Bali sebagai pintu utama pariwisata internasional Indonesia bukan sekadar prestasi, melainkan juga menjadi titik rapuh yang luput dari perhatian banyak pemangku kepentingan. Ketergantungan pada satu destinasi menciptakan risiko struktural yang serius bagi keberlanjutan ekonomi pariwisata

nasional. Data menunjukkan bahwa meskipun Bali hanya mewakili sebagian kecil dari total perjalanan domestik, destinasi ini menarik lebih dari separuh kunjungan internasional (BPS, 2024). Ketidakseimbangan ini membuat Indonesia sangat rentan terhadap fluktuasi global yang dapat mempengaruhi satu titik saja, seperti yang terjadi saat pandemi Covid-19 ketika pariwisata Bali lumpuh dan secara langsung menggerus pendapatan nasional.

Jika ketergantungan ini terus dibiarkan, Indonesia tidak hanya berisiko kehilangan potensi pendapatan dari destinasi lain yang sebenarnya memiliki daya tarik serupa, tetapi juga menghadapi ancaman ketidakstabilan ekonomi yang lebih luas. Kelemahan struktur ini dapat memicu stagnasi pengembangan pariwisata di daerah lain, memperlebar kesenjangan pembangunan antar wilayah, dan menciptakan ketergantungan fiskal yang tidak sehat pada satu titik destinasi. Oleh karena itu, memahami secara strategis bagaimana mengembangkan multi-core destinations di luar Bali bukan lagi sekadar kebutuhan akademik, melainkan urgensi nasional untuk mendistribusikan manfaat ekonomi, mengurangi risiko terpusat, dan memperkuat ketahanan industri pariwisata Indonesia di masa depan.



Gambar 1.11 Aktivitas Review Online Wisatawan Internasional di Destinasi Super Prioritas Indonesia Tripadvisor 2015-2025

Berdasarkan data pergerakan ulasan wisatawan internasional yang diambil dari platform Tripadvisor selama periode 2015 hingga 2025, terlihat dinamika yang mencerminkan fluktuasi minat wisatawan terhadap berbagai destinasi di Indonesia. Awal periode memperlihatkan dominasi salah satu destinasi yang menarik

perhatian global, diikuti oleh peningkatan bertahap pada destinasi lain yang mulai menunjukkan pertumbuhan ulasan signifikan pada 2018. Fenomena ini mengindikasikan adanya ketertarikan yang semakin merata terhadap berbagai destinasi yang sebelumnya kurang terekspos.

Dampak pandemi COVID-19 terlihat jelas pada penurunan drastis volume ulasan di seluruh destinasi pada 2020 hingga 2021, mencerminkan berhentinya aktivitas wisata internasional akibat pembatasan perjalanan global. Namun, data pasca-pandemi memperlihatkan pemulihan bertahap mulai 2022, di mana beberapa destinasi mulai kembali mencatatkan peningkatan ulasan, meskipun belum mencapai tingkat yang stabil seperti sebelum pandemi.

Peningkatan ulasan pada berbagai destinasi di tahun 2023 dan 2024 menandakan adanya peluang distribusi pasar wisatawan yang lebih merata ke berbagai wilayah Indonesia. Hal ini menjadi momentum strategis untuk mengembangkan daya saing destinasi secara kolektif, tanpa bergantung pada satu lokasi tertentu. Tren ini mendukung urgensi peningkatan manajemen destinasi, kualitas layanan, dan strategi pemasaran yang berfokus pada kekuatan masing-masing wilayah.

Secara keseluruhan, dinamika ulasan ini menunjukkan bahwa destinasi yang berhasil mengelola persepsi positif dan meningkatkan pengalaman wisatawan cenderung mengalami pemulihan yang lebih baik. Oleh karena itu, penelitian ini menekankan pentingnya pendekatan berbasis data untuk mengidentifikasi dimensi yang dapat ditingkatkan di setiap destinasi, guna mendukung diversifikasi dan memperkuat daya saing pariwisata Indonesia secara nasional.

Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa metode seperti analisis sentimen dan pemodelan topik memberikan kemampuan untuk mengidentifikasi pola tersembunyi dalam data besar, yang sulit dicapai melalui survei tradisional (Christodoulou et al., 2020; Yudianto et al., 2024). Sebagai contoh, penelitian pada ulasan wisatawan di Candi Borobudur menunjukkan bahwa analisis sentimen mampu mengungkapkan dimensi seperti aksesibilitas dan citra visual, yang berkontribusi terhadap peningkatan minat wisatawan baik domestik maupun internasional (Yudianto et al., 2024). Penelitian pada ulasan pengunjung Candi

Nusantara juga menegaskan potensi UGC dalam memahami persepsi wisatawan internasional terhadap warisan budaya Indonesia.

Selain itu, penelitian lain di Labuan Bajo menggunakan ulasan wisatawan untuk menentukan prioritas pembangunan objek wisata berdasarkan atribut destinasi (Dahur et al., 2023). Namun, pendekatan ini tetap terbatas pada ruang lingkup lokal dan belum mengintegrasikan skala nasional yang mencakup konteks yang lebih komprehensif. Penelitian-penelitian ini secara keseluruhan menunjukkan potensi besar penggunaan UGC untuk memberikan wawasan yang mendalam tentang daya tarik wisata, tetapi juga mengungkapkan kesenjangan signifikan dalam penerapannya pada analisis berskala nasional.

Sentimen wisatawan terhadap suatu destinasi memegang peranan kunci dalam memengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung. Christodoulou et al. (2020) menunjukkan bahwa persepsi positif yang tercermin dalam ulasan wisatawan di platform seperti Tripadvisor memiliki dampak langsung terhadap peningkatan daya tarik suatu destinasi. Destinasi yang mendapatkan ulasan positif mengenai keindahan alam, keramahan masyarakat, kebersihan, serta keberagaman budaya cenderung mengalami peningkatan jumlah kunjungan wisatawan internasional (Yudianto et al., 2024). Sebaliknya, destinasi yang memiliki banyak ulasan negatif terkait dimensi seperti infrastruktur yang buruk, keamanan rendah, atau harga yang terlalu mahal sering kali mengalami penurunan minat wisatawan.

Sebagai contoh, dalam penelitian terhadap Labuan Bajo, analisis sentimen pada UGC menunjukkan bahwa peningkatan infrastruktur setelah tahun 2022 berdampak pada perubahan sentimen wisatawan dari negatif menjadi lebih positif, yang akhirnya meningkatkan kunjungan wisatawan internasional (Dahur et al., 2023). Selain *Sentiment Analysis & Topic Modelling*, *Decision Tree Classification* juga dapat dipakai untuk memperkuat analisis yang dilakukan, penelitian yang digunakan oleh (Christodoulou et al, 2020; Hsieh et al, 2023;) menunjukan bahwa ketiga metode tersebut dapat digunakan secara berdampingan untuk menunjukan hasil yang komprehensif. Dalam konteks penelitian ini, persepsi wisatawan terhadap aspek budaya, kualitas fasilitas, layanan yang disediakan, dan dimensi lainnya dapat dikuantifikasikan dan dianalisis lebih lanjut. Oleh karena itu, destinasi

yang ingin meningkatkan daya saingnya harus memperhatikan aspek-aspek yang paling dihargai oleh wisatawan (Antara & Prameswari, 2018).

Studi oleh Christodoulou et al. (2020) menunjukkan bahwa metode gabungan antara *sentiment analysis*, *topic modelling* & *decision tree classification* dapat mempermudah pemetaan dimensi yang paling mempengaruhi keputusan wisatawan, terutama ketika diintegrasikan dengan analisis sentimen dan pemodelan topik. Pendekatan ini memungkinkan identifikasi tema utama sekaligus memetakan bagaimana atribut tertentu mempengaruhi keputusan wisatawan, seperti persepsi terhadap keunikan budaya, kualitas fasilitas, atau keberlanjutan destinasi.

Fenomena di mana terdapat kesenjangan distribusi wisatawan di Indonesia, menegaskan pentingnya analisis mendalam yang mencakup seluruh wilayah Indonesia, terutama dalam menjelaskan mengapa Bali mendominasi pariwisata internasional, meskipun daerah lain menawarkan atraksi serupa. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekosongan tersebut dengan menyediakan kerangka analisis berbasis UGC yang mengintegrasikan model destinasi kompetitif Dwyer & Kim (2003) dengan dimensinya antara lain *Core Resources and Attractors*, *Supporting Factors and Resource*, *Destination Management*, *Situational Condition*, *Destination Management*, dengan analisis menggunakan *big data* sentimen, pemodelan topik, dan *Decision Tree Classification* (Christodoulou et al, 2020; Hsieh et al, 2023;)

Pada iterasi terbaru *framework* model destinasi kompetitif pada penelitian oleh Gonzalez-Rodriguez et al, (2023) dan studi literatur oleh Aguar-Barbosa et al, (2020) memberikan kerangka komprehensif untuk mengevaluasi daya saing destinasi pariwisata, dengan mengidentifikasi dimensi inti dengan metode pengumpulan data tradisional. Kontribusi Penelitian ini hadir untuk menjawab dua kesenjangan utama dalam kajian daya saing destinasi pariwisata. Pertama, kebutuhan akan pembaruan pendekatan dalam mengevaluasi daya saing destinasi yang selama ini masih didominasi oleh metode pengumpulan data tradisional. Seiring dengan meningkatnya pemanfaatan data digital dalam riset sosial, pendekatan berbasis data wisatawan secara daring mulai digunakan untuk menangkap persepsi secara lebih real-time dan representatif (Indrawati, 2015;

Hsieh et al., 2022). Kedua, secara geografis, sebagian besar studi dalam literatur masih berfokus pada destinasi-destinasi di kawasan Eropa atau negara maju, sementara konteks negara berkembang seperti Indonesia masih relatif terbatas (Gonzalez-Rodriguez et al., 2023; Aguar-Barbosa et al., 2020). Dengan menghadirkan studi yang berfokus pada lima destinasi super prioritas di Indonesia, penelitian ini berupaya memperluas cakupan kajian daya saing destinasi serta memperkaya pemahaman terhadap dinamika pariwisata di kawasan yang sedang berkembang.

1.3 Perumusan Masalah

Salah satu tantangan strategis dalam pengembangan sektor pariwisata Indonesia adalah belum optimalnya pemahaman mengenai faktor-faktor yang mendorong wisatawan mancanegara untuk mengunjungi destinasi super prioritas (DSP). Ketimpangan distribusi kunjungan wisatawan internasional sangat mencolok, dengan dominasi absolut oleh Bali yang secara konsisten menerima lebih dari separuh total kunjungan wisman ke Indonesia dalam satu dekade terakhir (Gambar 1.9). Sementara itu, destinasi lain seperti Likupang, Danau Toba, dan Mandalika hanya memperoleh pangsa pasar yang sangat kecil. Ketergantungan semacam ini menimbulkan kerentanan sistemik, terutama ketika terjadi guncangan global seperti pandemi Covid-19 yang secara drastis menurunkan performa kunjungan ke destinasi utama (Gambar 1.10).

Lebih lanjut, ketidakseimbangan tersebut juga tercermin dalam aktivitas digital wisatawan. Berdasarkan data *user-generated content* dari TripAdvisor, ulasan wisatawan internasional untuk DSP non-Bali selama 2015–2025 menunjukkan volume interaksi yang jauh lebih rendah, baik dari segi kuantitas maupun intensitas keterlibatan emosional (Gambar 1.11). Hal ini mengindikasikan bahwa daya saing naratif dan daya tarik emosional DSP lain belum mampu membangun persepsi yang kuat di pasar internasional. Akibatnya, strategi promosi dan pengembangan destinasi yang diterapkan cenderung bersifat homogen dan tidak sepenuhnya berbasis persepsi aktual wisatawan.

Dari sisi akademik, walaupun terdapat sejumlah kajian lokal terkait persepsi wisatawan dan daya saing destinasi (Antara & Prameswari, 2018; Hariyono et al.,

2024; Lesmana et al., 2022; Rahamadani et al., 2021; Rochmah et al., 2023), masih terdapat kesenjangan dalam pemetaan komprehensif dimensi pembentuk daya saing destinasi di tingkat nasional. Belum ada pendekatan berbasis big data yang secara eksplisit menghubungkan *user-generated content* dengan kerangka teoritis daya saing destinasi secara sistematis dan lintas wilayah.

Oleh karena itu, penelitian ini dirancang untuk menjawab permasalahan tersebut dengan merumuskan model analisis berbasis data besar guna mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang membentuk persepsi wisatawan terhadap DSP di Indonesia. Model ini diharapkan dapat memberikan dasar pengambilan keputusan yang berbasis bukti, kontekstual, dan strategis dalam upaya memperkuat ketahanan daya saing pariwisata nasional secara menyeluruh.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memetakan dimensi utama yang mempengaruhi persepsi wisatawan menggunakan pendekatan berbasis *big data* seperti analisis sentimen, pemodelan topik, dan klasifikasi keputusan. Hasilnya diharapkan dapat mendukung memetakan dimensi yang mempengaruhi daya saing pariwisata Indonesia dan memberikan kontribusi bagi literatur akademik pariwisata, sekaligus menawarkan pemetaan mengenai dimensi apa yang dapat ditingkatkan atau diperbaiki bagi pengelola pariwisata. Oleh karena itu, maka terdapat beberapa pertanyaan yang akan dijawab pada penelitian ini antara lain :

- a. Apa saja dimensi utama yang dianggap penting berdasarkan persepsi wisatawan internasional dalam memilih destinasi wisata super prioritas di Indonesia sebagaimana diidentifikasi melalui analisis decision tree?
- b. Bagaimana pola topik pembicaraan, dan sentimen wisatawan internasional terhadap destinasi wisata super prioritas Indonesia berdasarkan ulasan pengguna di Tripadvisor?
- c. Bagaimana hasil pemetaan dimensi daya saing yang diperoleh melalui analisis sentimen, topic modelling, dan klasifikasi decision tree dapat digunakan untuk merumuskan strategi peningkatan daya saing yang kontekstual dan spesifik bagi masing-masing destinasi super prioritas di Indonesia?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami dan menganalisis dimensi-dimensi daya saing destinasi pariwisata yang memengaruhi persepsi wisatawan internasional dalam memilih destinasi wisata di Indonesia. Adapun tujuan penelitian ini secara spesifik adalah sebagai berikut:

- a. Menganalisis dimensi utama yang paling berpengaruh terhadap persepsi wisatawan internasional dalam memilih destinasi wisata di Indonesia menggunakan pendekatan analisis berbasis data.
- b. Mengidentifikasi dan memetakan pola persepsi, topik, dan sentimen wisatawan internasional terhadap berbagai destinasi wisata di Indonesia berdasarkan ulasan pengguna di Tripadvisor.
- c. Menyusun rekomendasi strategis berbasis hasil analisis pemetaan dimensi untuk membantu pemangku kepentingan dalam merumuskan kebijakan dan strategi peningkatan daya saing destinasi pariwisata di Indonesia.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi berbagai pihak, baik secara praktis maupun akademis, sebagai berikut:

1.6.1 Manfaat Akademis

- a. Kontribusi terhadap Literatur: Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur mengenai persepsi wisatawan internasional di Indonesia, dengan pendekatan berbasis big data melalui analisis sentimen, pemodelan topik, dan decision tree. Pendekatan ini memperluas metode penelitian pariwisata modern, khususnya dalam memetakan daya saing destinasi di tingkat nasional.
- b. Dasar Penelitian Lanjutan: Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi untuk studi lanjutan yang mengeksplorasi motivasi, perilaku, dan persepsi wisatawan di berbagai destinasi lain di Indonesia, atau untuk mengembangkan metode analisis data pariwisata berbasis user-generated content secara lebih mendalam.

1.6.2 Manfaat Praktis:

- a. Panduan untuk Kebijakan Pariwisata: Penelitian ini membantu pelaku industri pariwisata dalam memahami aspek-aspek yang paling diapresiasi wisatawan, seperti keunikan budaya, kualitas alam, layanan, dan keamanan, sehingga dapat disesuaikan dengan karakteristik pasar wisatawan internasional yang lebih beragam.
- b. Rekomendasi untuk Pelaku Industri Pariwisata: Penelitian ini membantu pelaku industri memahami aspek yang perlu ditonjolkan dalam pemasaran, seperti budaya, alam, atau keamanan, yang relevan untuk masing-masing segmen wisatawan.
- c. Peningkatan Daya Saing Destinasi Wisata: Dengan memetakan kekuatan dan kelemahan setiap destinasi di berbagai wilayah, penelitian ini mendorong upaya diversifikasi dan pemerataan pengembangan pariwisata di Indonesia. Tujuannya adalah mengurangi ketergantungan yang berlebihan pada Bali dan memaksimalkan potensi destinasi lain agar dapat bersaing di pasar wisatawan internasional secara lebih seimbang dan berkelanjutan.

1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Berisi tentang sistematika dan penjelasan ringkas laporan penelitian yang terdiri dari Bab I sampai Bab V dalam laporan penelitian.

- 1) BAB I PENDAHULUAN Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas dan padat yang menggambarkan dengan tepat isi penelitian. Isi bab ini meliputi: Gambaran Umum Objek penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan Tugas Akhir.
- 2) BAB II TINJAUAN PUSTAKA Bab ini berisi teori dari umum sampai ke khusus, disertai penelitian terdahulu dan dilanjutkan dengan kerangka pemikiran penelitian yang diakhiri dengan hipotesis jika diperlukan.
- 3) BAB III METODE PENELITIAN Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis temuan yang dapat menjawab masalah penelitian. Bab ini meliputi uraian tentang:

Jenis Penelitian, Operasionalisasi Variabel, Populasi dan Sampel (untuk kuantitatif) / Situasi Sosial (untuk kualitatif), Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Reliabilitas, serta Teknik Analisa Data.

- 4) **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN** Bab ini menyajikan hasil penelitian dan pembahasan secara sistematis sesuai rumusan masalah dan tujuan penelitian. Bagian pertama memuat hasil analisis data, sedangkan bagian kedua berisi interpretasi dan pembahasan yang didukung oleh teori atau penelitian sebelumnya. Setiap pembahasan diawali dengan hasil, diikuti analisis, dan diakhiri dengan kesimpulan.
- 5) **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN** Kesimpulan merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian, kemudian menjadi saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian