

Bab 1

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Sandiaga Uno, memaparkan target pencapaian sektor parekraf di tahun 2022. Mulai dari jumlah wisatawan mancanegara hingga pembukaan lapangan kerja yang baru. "Ditargetkan tahun 2022 ini angkanya cukup signifikan kenaikannya yaitu 1,8 sampai 3,6 juta wisatawan mancanegara, devisanya naik antara 500 juta sampai 1,5 miliar dollar," tutur Sandiaga. (Khairally, E.T, 2022).

Setelah dilanda wabah penyakit Covid-19 selama kurun waktu dua tahun lebih tentunya Bangsa Indonesia telah menyiapkan banyak persiapan dan strategi untuk mewujudkan harapan dan target untuk memajukan kembali sektor pariwisata. Wisata alam merupakan salah satu bentuk hasil dari memanfaatkan potensi sumberdaya alam baik dalam keadaan alami maupun setelah terjadinya proses budidaya, sehingga wisatawan memungkinkan memperoleh kesegaran jasmaniah dan rohaniah, mendapatkan pengetahuan serta pengalaman dan menumbuhkan cinta terhadap alam (Fauziah, Ratnamulyani, & Kusumadinata, 2018).

Yogyakarta contohnya merupakan salah satu tujuan wajib bagi wisatawan untuk dikunjungi. Walaupun terkenal dengan sebutan kota pelajar, Yogyakarta mampu

menarik hati wisatawan dengan budaya dan pesona alam yang indah. Sebagai salah satu masyarakat yang mengampu pendidikan Yogyakarta, diri saya paham kenapa Provinsi ini bernama Daerah Istimewa Yogyakarta. Terlepas dari sejarah yang silam, ramah aman mampu menciptakan kata istimewa. Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) sampai kini masih menjadi tujuan kunjungan wisatawan, baik dari mancanegara maupun nusantara. Potensi wisata di DIY cukup beragam, banyak obyek wisata yang menarik untuk dikunjungi, termasuk pusat kerajinan tradisional (Syakdiah, 2017).

Yogyakarta sebagai kota budaya dan kota pendidikan memiliki banyak ragam potensi wisata yang dapat menarik wisatawan nusantara dan mancanegara salah satu potensi tersebut adalah kampung-kampung wisata yang tersebar di wilayah kecamatan yang ada di kota Yogyakarta. Karakteristik dari masing-masing kampung wisata mampu menarik untuk dijual kepada wisatawan yang berkunjung di kota Yogyakarta. (Hadi, W., 2019). Jalan Malioboro, Kampung Wisata Taman Sari, Keraton Yogyakarta, Taman Reptil Gembira Loka Zoo, Museum Benteng Vredenburg, dan Tugu Jogja merupakan fokus objek wisata yang digunakan sebagai objek penelitian berdasarkan rekomendasi travel google.

Penggunaan internet yang masif di kalangan masyarakat Indonesia mampu membawa angin segar bagi kemajuan negara pada umumnya, khususnya kemajuan pada bidang pariwisata. Kehadiran media sosial memberikan peluang yang signifikan kepada pariwisata. Oleh karena itu, media sosial dan pariwisata digital merupakan hal yang selaras dalam dunia digital (Rainerio Bernadiaz, 2021). Seperti

pada hakikatnya teknologi mampu membuktikan diri bahwa dapat membantu dan mempermudah pekerjaan manusia.

Pada saat ini media sosial telah mengubah kehidupan manusia dan cara berinteraksi manusia karena sosial media sekarang ini digunakan seseorang sebagai sarana informasi dan media hiburan bagi penggunanya (Hayyuningtyas, Suganda, and Putri 2020). Media sosial saat ini banyak digunakan untuk membagikan berbagai pengalaman baik berupa foto maupun tulisan yang di unggah melalui media sosial seperti twitter, instagram, facebook, dan lain sebagainya. Twitter merupakan media komunikasi yang dapat digunakan masyarakat untuk berekspresi dan lebih diminati oleh masyarakat dunia. Pada twitter terdapat istilah tweet yaitu pengguna twitter dapat memberikan kabar terbaru, berekspresi, berpartisipasi, dan beropini yang ditulis oleh pengguna twitter lainnya.(Irawan 2021).

Para penggunanya bisa mengunggah foto atau video mereka sehingga dapat dilihat oleh pengguna lain. kekinian ini dapat dikatakan instagram merupakan hilir dari sosial media. Menilik perkembangan tren penggunaan sosial media di lingkungan sekitar, instagram menjadi fokus penggunaan masyarakat untuk kebutuhan publikasi informasi perjalanan, pekerjaan, bahkan aktivitas sehari hari. Penggunaan Instagram pada membuat kepercayaan diri para remaja menurun. Hal ini disebabkan karena pada diri remaja terjadi perubahan psikososial yang berpengaruh pada kepercayaan dirinya. (Ahmad Syaripul, N., & Mukharil Bachtiar, A. (2016).

Pengguna Instagram dapat membagikan momen ketika berkunjung ke tempat wisata melalui foto yang diunggah. Dalam mengunggah foto pengguna juga dapat

menambahkan keterangan pada foto tersebut dan dapat juga menambahkan tagar yang sesuai dengan foto. Dengan menggunakan tagar yang ditambahkan oleh pengguna dalam unggahan foto dan beberapa kata kunci yang digunakan maka dapat diperoleh data bahwa pengguna telah mengunjungi tempat wisata sesuai dengan tagar. Keterangan dalam foto yang diunggah juga dapat berupa ulasan mengenai tempat yang dikunjungi. Ulasan yang diberikan dapat bermanfaat bagi pengguna lain yang akan melakukan kunjungan wisata. Selain bermanfaat untuk pengunjung lain, ulasan-ulasan tersebut juga dapat bermanfaat bagi pihak pengelola objek wisata. Berdasarkan ulasan yang diberikan secara online, pengelola tempat wisata dapat mengetahui kepuasan pengunjung. Sehingga pengelola tidak perlu melakukan survei kepuasan pengunjung secara manual. (Ernawati and Wati 2018).

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian mengenai latar belakang di atas, maka permasalahan yang dapat dikemukakan dalam penelitian ini adalah belum terdapat informasi terkait tingkat popularitas destinasi wisata, khususnya destinasi wisata yang ada di Kota Yogyakarta. Sehingga dibutuhkan crawling data instagram untuk melihat kumpulan data deskripsi tanggapan pengunjung wisata dari unggahan feed instagram dan metode Naïve Bayes (NB) untuk mengklasifikasikan data menjadi informasi yang jelas dari kelima destinasi wisata yang digunakan.

1.3 Ruang Lingkup

Adapun ruang lingkup dari penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Pengumpulan pendapat dari deskripsi postingan instagram destinasi wisata yang ada di Kota Yogyakarta berdasarkan *crawling* data sosial media instagram.
2. Melakukan prepossessing dan klasifikasi data untuk melihat akurasi sentiment dengan menggunakan metode klasifikasi Naïve Bayes (NB).
3. Melakukan Perangkingan

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang dan Ruang lingkup di Atas maka rumusan masalah yang menjadi fokus penelitian ini adalah “Bagaimana tingkat popularitas destinasi wisata yang ada di Kota Yogyakarta.

1.5 Tujuan Penelitian

Melanjutan dari rumusan masalah, maka selaras dengan tujuan yang akan dicapai. Menentukan tingkat popularitas destinasi wisata yang ada di Kota Yogyakarta.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Memperoleh data ulasan dari sosial media instagram dengan menggunakan teknik *crawling* data.
2. Mengetahui gambaran secara umum data ulasan tentang objek wisata Kota Yogyakarta berdasarkan sosial media instagram.

3. menampilkan data ulasan tentang objek wisata Kota Yogyakarta untuk memudahkan pengelola dalam mengetahui persepsi pengunjung dalam bentuk opini negatif dan opini positif, sehingga dapat dijadikan sebagai acuan dalam upaya menjaga kualitas dan memperbaiki kekurangan serta evaluasi ke arah yang lebih baik.
4. Memberikan informasi terkait ketertarikan masyarakat terhadap wisata yang berada di wilayah Kota Yogyakarta.