

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata adalah sebuah kegiatan proses dan hasil yang timbul akibat hubungan tersebut dan juga suatu interaksi antara wisatawan, pemerintah, pemasok pariwisata, masyarakat, dan lingkungan sekitar yang ikut terlibat dalam menarik pengunjung. Dalam pengertian lain pariwisata merupakan gabungan dari kegiatan layanan serta industri yang memberikan pengalaman perjalanan seperti transportasi, tempat makan, makan dan minum, akomodasi, hiburan, toko dan aktivitas fasilitas yang tersedia untuk kelompok maupun perorangan yang melakukan perjalanan jauh (Goeldner & Ritchie, 2012). Pariwisata merupakan sektor yang cukup besar di dunia dan memberikan berbagai dampak positif dan negatif. Konsep pembangunan pariwisata yang berkelanjutan muncul untuk mengatasi dampak negatif pembangunan pariwisata dengan prinsip membangun pariwisata dan memenuhi kebutuhan *stake holder* pariwisata dengan tetap menjaga kelestarian lingkungan, ekonomi dan sosial budaya (Nugraheni, et al., 2019).

Menurut Statistik Wisatawan Nusantara (2018) dalam rangka meningkatkan peranan pariwisata pada pembangunan nasional maka pemerintah selain aktif sekali dalam menarik minat wisatawan mancanegara untuk mengunjungi Indonesia, juga sedang berusaha keras untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan nusantara (wisnus). Meskipun wisatawan mancanegara lebih menguntungkan daripada wisatawan nusantara, namun dalam menggerakkan perekonomian nasional sangat

memberikan dampak yang signifikan. Tingginya peranan wisatawan nusantara pada perekonomian nusantara dapat dilihat dari neraca satelit pariwisata nasional (nesparnas). Wisatawan nusantara mampu menghidupkan sektor angkutan, perhotelan, usaha penyedia makanan dan minuman, industri kreatif, dan lain sebagainya. Disamping itu, dapat dilihat pada tabel 1.1 telah dicanangkan sasaran pembangunan pariwisata 2015-2019 oleh Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/ Bapenas, diantaranya meliputi:

Tabel 1.1 Sasaran Pembangunan Pariwisata 2015-2019

Uraian Sasaran Target	Baseline 2014	Baseline 2019
Kontribusi Pariwisata terhadap PDB Nasional	4,20%	8%
Jumlah kunjungan Wisatawan Mancanegara	9 juta	20 juta
Jumlah kunjungan Wisatawan Nusantara	250 juta	275 juta
Perolehan Devisa (triliun rupiah)	120 T	240 T

Sumber: Lestari (2018)

Berdasarkan penelitian terdahulu oleh Agustina (2019) tujuan pariwisata adalah seseorang atau sekelompok orang yang berpergian akan memiliki berbagai tujuan, beberapa dari mereka melakukan perjalanan untuk menyegarkan atau untuk bersenang-senang, beberapa dari mereka melakukan perjalanan untuk penelitian atau penemuan pariwisata, beberapa dari mereka melakukan perjalanan untuk tujuan olahraga seperti berburu, memancing, balap dan beberapa dari mereka melakukan perjalanan untuk wisata agama atau mengunjungi keluarga atau teman-teman mereka, dan beberapa dari mereka melakukan perjalanan untuk bisnis, dan lembaga lainnya untuk melakukan perjalanan untuk minat khusus mereka seperti arung jeram, menyelam dan tujuan wisata dan kebutuhan lainnya.

Dalam Wisatawan memiliki dorongan motivasi yang mana memaksa mereka individu/kelompok untuk bergerak dan datang ke tempat tujuan. Motivasi

adalah dorongan yang muncul dari dalam diri atau dari luar diri (lingkungan) yang menjadi faktor penggerak ke arah tujuan yang ingin dicapai (Darmadi et al., 2017). Faktor yang dapat mempengaruhi tren pariwisata di Indonesia yang dapat berubah setiap waktunya, salah satu faktornya adalah generasi millennial. Menurut *National Chamber Foundation (NCF)*, generasi millennial atau generasi Y lahir pada tahun 1980-1999 dengan kategori usia 20-39 tahun. Dapat dilihat pada tabel 1.2 pengelompokan generasi menurut *National Chamber Foundation (NCF)* pada tahun 2012 sebagai berikut:

Tabel 1.2 Pengelompokan Generasi Menurut *National Chamber Foundation (NCF)*

No.	Nama Generasi	Tahun Lahir	Usia (2020)
1.	GI Generation	1901-1924	95-118
2.	Silent Generation	1925-1946	73-94
2.	Baby Boom Generation	1946-1960	55-72
3.	Generation X	1965-1979	40-54
4.	Y Generation	1980-1999	20-39
5.	Z Generation	2000-sekarang	19 kebawah

Sumber: *U.S Chamber of Foundation (2012), Badan Pusat Statistik (2018)*

Generasi millennial merupakan konsumen yang sangat potensial, setidaknya jika dilihat dari beberapa faktor, setiap generasi memiliki karakteristik dan perilaku yang berbeda-beda. Di era teknologi yang semakin tumbuh dan berkembang, kebiasaan generasi millennial merupakan generasi yang sering melakukan kegiatan wisata, sehingga saat ini menjadi penting bagi industri pariwisata untuk mengembangkan pariwisata agar menarik wisatawan untuk berkunjung. Dalam hal ini, sebagian besar wisatawan millennial lebih banyak melakukan riset perjalanan. Dapat dilihat pada tabel 1.3 menurut Badan Pusat Statistik, 2018 proporsi individu yang menggunakan internet menurut kelompok umur, 2015-2018 sebagai berikut:

Tabel 1.3 Proporsi Individu yang Menggunakan Internet Menurut Kelompok Umur 2015-2018 (%)

Kelompok Umur	Proporsi Individu yang Menggunakan Internet Menurut Kelompok Umur Pada Tahun 2015-2018 (Persen)			
	2015	2016	2017	2018
15>	9.76	14.37	18.06	22.42
15-24	51.83	58.21	68.93	77.05
25-64	17.56	21.53	28.85	38.11
65+	0.83	1.18	1.83	3.97

Sumber: Badan Pusat Statistik (2018)

Dari tabel diatas, dapat diketahui perbandingan penggunaan internet menurut kelompok umur pada tahun 2015, 2016, 2017 dan 2018. Pada pengelompokan umur pada tabel tersebut dibagi menjadi 4 (empat) yaitu pertama >15 pada tahun 2015 jumlah persentase 9.76%, lalu meningkat 14.37% pada tahun 2016, lalu terus mengalami peningkatan pada tahun 2017 mencapai 18.06% dan mencapai nilai tertinggi pada tahun 2018 dengan persentase 22.42%. Kelompok umur yang kedua 15-24 yaitu dengan persentase 51.83% pada tahun 2015, lalu mengalami peningkatan pada tahun 2016 mencapai 58.21%, lalu terus mengalami peningkatan yang signifikan pada tahun 2017 mencapai 68.93%, dan mencapai nilai tertinggi pada tahun 2018 dengan persentase 77.05%.

Selanjutnya pengelompokan umur yang ketiga 25-64 yaitu dengan persentase 17.56% pada tahun 2015, lalu mengalami kenaikan pada tahun 2016 mencapai 21.53%, lalu terus mengalami peningkatan yang signifikan 28.85%, dan mencapai nilai tertinggi pada tahun 2018 dengan persentase sebesar 38.11%. Selanjutnya pengelompokan umur yang keempat 65+ yaitu dengan persentase 0.83% pada tahun 2015, lalu mengalami peningkatan pada tahun 2016 mencapai 1.18%, lalu terus mengalami peningkatan pada tahun 2017 mencapai 1.83%, dan mencapai nilai tertinggi pada tahun 2018 dengan persentase 3.97%.

Dapat dilihat berdasarkan data diatas, generasi muda atau generasi millennial saat ini menyukai kegiatan berwisata dan memiliki perilaku yang unik saat ini dipengaruhi oleh perkembangan teknologi (Yeoman, 2012 dalam Honeybell, 2017). Generasi baru wisatawan millennial atau *Asian Millennial Travellers* (AMTs) akan memiliki pengaruh yang sangat signifikan dalam perkembangan sektor pariwisata karena jumlahnya saat ini mencapai seperempat dari populasi Asia secara keseluruhan (Noviyanti, 2014, 28 Agustus) dan 20% dari keseluruhan wisatawan internasional (Mohn, 2014). Sedangkan di Indonesia sendiri kurang lebih 45 juta penduduk menggunakan *instagram* secara aktif. Dari data tersebut Indonesia merupakan komunitas *instagram* terbesar di Asia Pasifik, serta menjadi salah satu pasar terbesar di dunia (Aghniadi, 2017, July 26). Selain *facebook*, perkembangan pengguna *instagram* sangat besar. Jika menelusuri pada pencarian di *instagram* dengan mengetik nama suatu kota atau daerah, bahkan negara, *feeds* yang ditampilkan adalah pariwisata-pariwisata tempat tersebut. Akun-akun tersebut dikelola baik secara perorangan, kelompok, maupun institusi. Hal tersebut membuat para calon wisatawan dapat memperoleh informasi lebih mudah.

Pada era *digital* banyak orang yang memanfaatkan internet untuk mengubah gaya hidup mereka menjadi lebih praktis, penggunaan internet dan media sosial juga berdampak pada sektor pariwisata. Dalam hal ini, generasi millennial lebih sering menggunakan dunia yang terhubung yang dipenuhi dengan media digital karena nyaman, informatif serta praktis. Oleh sebab itu, peneliti juga ingin mengetahui seberapa besar dampak pengaruh media sosial yang generasi millennial gunakan dalam perjalanan, dengan mencari tahu informasi di media sosial guna

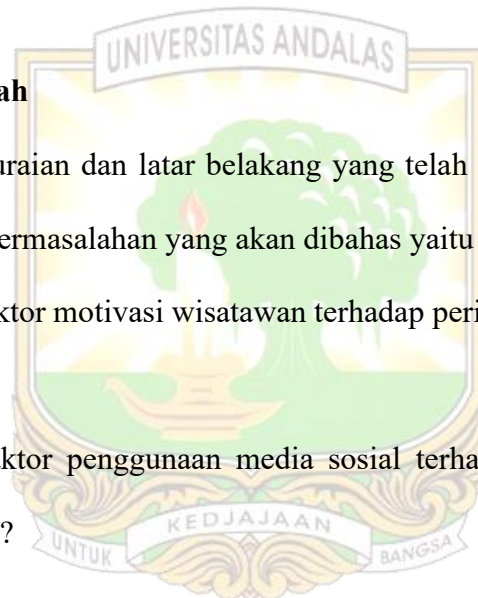
mendapatkan informasi dari destinasi tersebut ataupun setelah melakukan perjalanan dengan membagikan pengalaman perjalanan mereka agar memberikan informasi seputar destinasi tersebut di media sosial.

Berdasarkan beberapa penelitian dan data diatas, penulis tertarik untuk membahas mengenai pengaruh sosial media dan perilaku berwisata generasi millenial pada motivasi wisatawan nusantara. Maka judul penelitian yang dilakukan yaitu “Analisis Faktor Motivasi Wisatawan dan Pengguna Media Sosial terhadap Perilaku Berwisata Generasi Millenial Pada Wisatawan Nusantara”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka dapat dikemukakan permasalahan yang akan dibahas yaitu mengenai:

1. Bagaimanakah faktor motivasi wisatawan terhadap perilaku berwisata generasi millenial?
2. Bagaimanakah faktor penggunaan media sosial terhadap perilaku berwisata generasi millenial?



1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai yaitu:

1. Untuk mengetahui faktor motivasi wisatawan terhadap perilaku berwisata generasi millennial.
2. Untuk mengetahui faktor pengguna media sosial terhadap perilaku berwisata generasi millennial.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembacanya.

Manfaat penelitian tersebut sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis

Tujuan utama penelitian ini agar dapat menjadi alat pertimbangan dalam mengambil sebuah keputusan, baik dalam bidang pemasaran, maupun pada kegiatan operasional. Menjadikan media informasi dan pengetahuan kepada wisatawan mengenai motivasi perjalanan dan pengetahuan kepada wisatawan mengenai faktor motivasi wisatawan dan penggunaan media sosial terhadap perilaku berwisata generasi millennial pada wisatawan nusantara.

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat digunakan menjadi pembelajaran dan menambah wawasan kepada peneliti selanjutnya serta memperbaiki kekurangan yang terdapat dalam penelitian ini mengenai faktor motivasi wisatawan dan penggunaan media sosial terhadap perilaku berwisata generasi millennial pada wisatawan nusantara, serta sebagai acuan dalam bidang ilmu yang sama khususnya bidang pemasaran dan pariwisata.

1.5 Ruang lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini adalah mengenai pengumpulan data primer dari generasi millennial pada wisatawan nusantara dengan memberikan beberapa pertanyaan melalui kuisioner secara *online* mengenai “motivasi wisatawan” melalui media sosial.

1.6 Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan berisi penjelasan yang terkandung didalam masing masing bab secara singkat dari keseluruhan penelitian ini, seluruh penulisan disusun secara sistematis sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas tentang konsep dasar penelitian, yaitu mengenai: Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Ruang Lingkup Penelitian, dan Sistematika Penelitian.

BAB II TINJAUAN LITERATUR

Pada bab ini membahas mengenai teori-teori dasar yang dibutuhkan sebagai acuan dalam melakukan penelitian yang dapat menjelaskan macam-macam variabel beserta dimensi atau indikator sebagai alat dalam mengukur variabel tersebut dan berisi penelitian terdahulu, kerangka konseptual.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai desain penelitian, populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, sumber data, metode pengumpulan data, teknik analisa data, operasional variabel dan teknis analisa data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan tentang gambaran umum responden, deskripsi variabel penelitian, pengujian data, serta pembahasan dan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini merupakan bagian penutup yang meliputi kesimpulan dari hasil penelitian yang dapat ditarik, implikasi penelitian, keterbatasan penelitian yang dijumpai, dan saran yang diberikan bagi penelitian selanjutnya



