

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Wisatawan Telaga Sarangan tertarik dengan keindahan danau yang luas dan tenang, dikelilingi oleh pemandangan pegunungan yang hijau serta udara segar yang menyegarkan, menjadikannya destinasi ideal untuk relaksasi dan rekreasi keluarga. Selain itu, pengunjung sering kali menikmati aktivitas seperti berperahu di atas air jernih, berjalan-jalan di sekitar tepian danau, atau menikmati kuliner lokal di area wisata, yang semuanya dipromosikan melalui media sosial dan situs daring sebagai pengalaman alam yang autentik dan terjangkau. Namun, dibalik daya tarik ini, pengunjung sering kali menghadapi kenyataan yang berbeda, seperti fasilitas yang kurang terawat atau antrian panjang, yang kemudian diungkapkan melalui komentar negatif di platform ulasan daring seperti *Google Review*. Dalam era pariwisata digital, ulasan daring (*electronic word of mouth* atau e-WOM) menjadi sumber pertama informasi bagi calon wisatawan dan berperan penting dalam membentuk ekspektasi sebelum kunjungan. Penelitian di Indonesia menunjukkan bahwa lebih dari 87% responden membaca ulasan daring sebelum memutuskan untuk mengunjungi suatu tempat atau memilih akomodasi (Ariansyah, 2025). Selain itu, studi lain menemukan bahwa e-WOM negatif memiliki hasil yang signifikan terhadap citra destinasi dan menurunkan niat berkunjung ulang wisatawan (Rohmania, 2022).

Namun, di era digital saat ini, pengunjung sering kali membagikan pengalaman mereka melalui platform ulasan daring seperti *Google Review*, yang memainkan peran penting dalam membentuk reputasi destinasi wisata. Pada platform ini, komentar negatif dari pengunjung Telaga Sarangan sering kali muncul, seperti keluhan tentang kondisi fasilitas yang kurang terawat, antrian panjang, harga tiket yang tidak sesuai ekspektasi, atau masalah kebersihan lingkungan.



Gambar 1 Ulasan Google Maps Telaga Sarangan (2023)

Sumber : Google Maps “Telaga Sarangan Kabupaten Magetan “ (diakses 21 Oktober 2025)

Fenomena ini mencerminkan tantangan umum dalam industri wisata di era digital, di mana ekspektasi tinggi dari promosi daring sering kali bertabrakan dengan kondisi nyata, memicu respon emosional yang dapat merusak reputasi destinasi.

Gejala masalah ini sejalan dengan transformasi perilaku masyarakat di era digital, di mana akses mudah ke informasi melalui internet telah mengubah cara individu berinteraksi dengan produk atau layanan, termasuk destinasi wisata.

Fenomena ini menunjukkan perubahan perilaku dari pasif menjadi aktif, di mana pengunjung tidak lagi hanya menerima pengalaman tetapi secara proaktif mengungkapkan ketidakpuasan melalui kanal digital, yang dapat berakibat pada citra destinasi dan ekonomi lokal. Secara spesifik di wisata Telaga Sarangan, fenomena komentar negatif muncul karena beberapa faktor utama. Pertama, pelanggaran ekspektasi pengunjung terhadap kondisi fasilitas dan layanan, di mana promosi daring menampilkan gambar indah danau yang bersih serta fasilitas lengkap, namun kenyataannya sering kali berbeda akibat keterbatasan pemeliharaan oleh pengelola, seperti sampah yang menumpuk di tepian danau atau toilet umum yang tidak terawat. Kedua, masalah keberlanjutan lingkungan sebagai danau buatan, yang rentan terhadap pencemaran dari aktivitas manusia dan cuaca, sehingga mengurangi kualitas air dan udara yang diharapkan pengunjung. Ketiga, faktor musiman seperti akhir pekan atau libur panjang yang menyebabkan *overcrowding*, memicu keluhan tentang antrian dan keterbatasan parkir. Masalah komunikasi yang terlihat meliputi ketidaksesuaian antara informasi promosi di media sosial atau situs resmi dengan kondisi lapangan, seperti janji fasilitas yang tidak terpenuhi, serta kurangnya respons cepat dari pengelola terhadap ulasan negatif, yang memperburuk persepsi pengunjung dan mendorong penyebaran komentar negatif melalui *word-of-mouth digital*.

Tahun		Rating Rata – rata	Presentase Komentar Negatif (bintang 1 – 2)	Sumber
2025		4,6	5 ulasan negatif	Google Review

Tabel 1 Ulasan Google Review Telaga Sarangan (2022-2025)

Sumber : Google Maps Review “Telaga Sarangan Kabupaten Magetan” (diakses 21 Oktober 2025)

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kabupaten Magetan (2024), jumlah wisatawan yang berkunjung ke Telaga Sarangan mengalami perubahan signifikan dalam lima tahun terakhir sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 1.2 berikut.

Tahun	Jumlah Pengunjung	Keterangan&Sumber
2024	(Belum ada total tahunan resmi dari BPS pada publikasi 2024) H+4 Lebaran tercatat 23.911 orang/hari (13 April) target lebaran 2024 di Telaga Sarangan sempat diperkirakan ~ 160.000 untuk periode lebaran.	Untuk angka total 2024 masih menunggu publikasi BPS Kabupaten Magetan edisi 2025.

Tabel 2 Jumlah Pengunjung – Telaga Sarangan (2020 – 2024)

Sumber : (Badan Pusat Statistik, 2024) Dinas Pariwisata Kabupaten Magetan dalam berita (nusadaily, 2024) diakses 21 Oktober

Meskipun fenomena komentar negatif diulasan daring telah menjadi fokus pada penelitian wisata, terdapat kesenjangan signifikan (gap) dalam literatur yang belum sepenuhnya diisi. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Sari & Nugroho, 2020), lebih banyak mengaplikasikan. *Expectancy Violation Theory* (EVT) pada konteks hotel, restoran, atau destinasi wisata perkotaan, dengan fokus pada ulasan daring secara umum tanpa spesifikasi mendalam terhadap komentar negatif di platform seperti *Google Review*. Selain itu, studi – studi tersebut jarang mengintegrasikan aspek keberlanjutan lingkungan dan tantangan spesifik destinasi wisata alam seperti danau buatan, yang terhadap pencemaran dan *overcrowding*. Di Indonesia, penelitian tentang ulasan wisata masih terbatas pada analisis deskriptif atau kuantitatif, tanpa eksplorasi kualitatif mendalam terhadap pola komunikasi wisatawan yang melibatkan

respons emosional dan implikasi perilaku di era digital. Gap ini terlihat jelas dalam kurangnya penelitian yang secara spesifik menerapkan EVT pada komentar negatif *Google Review* untuk destinasi wisata seperti Telaga Sarangan, yang memiliki karakteristik unik sebagai objek wisata alam dengan tantangan pemeliharaan dan komunikasi daring. Hal ini menciptakan kesenjangan dalam pemahaman tentang bagaimana pelanggaran ekspektasi memengaruhi reputasi destinasi wisata di konteks Indonesia, sehingga studi ini berfokus untuk menjawab kekurangan tersebut melalui analisis yang lebih komprehensif dan faktual.

Expectancy Violation Theory (EVT), yang dirancang oleh (Burgoon, 1978) adalah teori komunikasi interpersonal. EVT secara keseluruhan sering dibicarakan tanpa menjelaskan secara mendetail konsep – konsep yang ada dalam teori ini (Gustia & Irwansyah, 2023). Dalam konteks wisata, EVT membantu menganalisis mengapa komentar negatif muncul di ulasan daring ketika pengunjung menghadapi ketidaksesuaian antara ekspektasi yang dibangun melalui promosi dengan pengalaman nyata, memicu emosi seperti kekecewaan yang kemudian diekspresikan secara publik. Teori ini telah diperluas ke komunikasi nonverbal dan daring, menjadikannya relevan untuk memahami dinamika ulasan negatif di era digital.

Penelitian terdahulu “Pengaruh Citra Destinasi Motivasi Wisatawan dan e-WOM Negatif Terhadap Niat Berkunjung Ulang” menunjukkan ulasan negatif (*negative electronic word of mouth*) serta mempunyai dampak besar terhadap ketertarikan wisatawan untuk kembali mengunjungi destinasi wisata. Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif yang responden wisatawan

domestik yang aktif memberikan ulasan daring. Hasilnya menjelaskan bahwa semakin tinggi intensitas ulasan negatif di media digital, semakin rendah citra destinasi dan niat kunjungan ulang wisatawan. Penelitian ini relevan dengan penelitian saat ini karena sama-sama menyoroti dampak komunikasi negatif secara daring terhadap reputasi destinasi wisata. Khususnya dalam konteks perubahan persepsi akibat pelanggaran ekspektasi wisatawan. Dalam temuan ini memperkuat asumsi bahwa komentar negatif di *Google Review* tentang fasilitas dan layanan yang tidak sesuai harapan dapat menurunkan minat kunjungan ulang di Telaga Sarangan (Rohmania D. N., 2022).

Sementara itu, penelitian dengan judul “Penggunaan *Google Review* sebagai Penelitian Kepuasan Pengunjung dalam Pariwisata” menunjukkan bahwa *Google Review* merupakan platform penting dalam menilai kepuasan pengunjung di sektor pariwisata karena mampu memberikan data berupa rating, foto, dan komentar untuk mengevaluasi pelayanan destinasi. Namun, penelitian tersebut hanya berfokus pada peran *Google Review* sebagai alat penilaian kepuasan secara umum tanpa mengkaji lebih dalam bentuk-bentuk komunikasi negatif yang muncul dalam ulasan daring ketika ekspektasi wisatawan tidak terpenuhi (Haq & Rachmat, 2020).

Sedangkan dalam penelitian lain, “Evaluasi dan Optimalisasi Pengelolaan Pariwisata Grobogan Berdasarkan Analisis Data-Text Mining pada *Google Review*”, menunjukkan bahwa komentar negatif wisatawan di *Google Review* terutama muncul karena persoalan kebersihan, aksesibilitas, fasilitas, dan pelayanan pada destinasi wisata alam di Grobogan. Namun penelitian tersebut

hanya menampilkan hasil klarifikasi keluhan menggunakan pendekatan *text mining*, tanpa mengaitkan dengan proses komunikasi wisatawan dan bagaimana ekspektasi mereka dilanggar selama berkunjung (Koswara A. , 2025) .

Dari ketiga penelitian diatas, dapat disimpulkan bahwa meskipun sudah ada studi mengenai e-WOM negatif dan analisis ulasan wisata pada platform digital, belum ada penelitian yang secara spesifik mengkaji komentar negatif pada wisata alam seperti Telaga Sarangan dengan menggunakan perspektif Expectancy Violation Theory (EVT). Celah penelitian ini penting untuk diisi karena destinasi wisata alam memiliki karakteristik pengalaman yang sangat bergantung pada ekspektasi wisatawan terhadap kondisi lingkungan, fasilitas, akses, dan pelayanan. Sehingga bertujuan untuk menyajikan kontribusi baru dengan menganalisis komentar negatif pengunjung di Google Review Telaga Sarangan sebagai bentuk ekspresi pelanggaran ekspektasi, sehingga dapat memperkaya kajian tentang dinamika komunikasi wisatawan dalam konteks pariwisata digital.

Dalam konteks pengelolaan destinasi wisata, komentar negatif di platform daring seperti *Google Review* memerlukan strategi responsif untuk meminimalkan dampak terhadap reputasi. Pengelolaan Wisata Telaga Sarangan dapat menerapkan pendekatan manajemen ulasan yang melibatkan monitoring rutin, respon cepat terhadap keluhan, dan perbaikan fasilitas berdasarkan *feedback*. Misalnya, dengan menggunakan *tools* seperti *Hootsuite* atau *Google Alerts* untuk melacak ulasan, pengelola dapat mengidentifikasi pola masalah seperti kebersihan atau *overcrowding*, lalu mengimplementasikan solusi seperti peningkatan pemeliharaan lingkungan atau pengaturan kapasitas pengunjung.

Studi dalam jurnal Jurnal Pariwisata Indonesia menunjukkan bahwa respon positif terhadap ulasan negatif dapat memperbaiki nilai kepercayaan konsumen hingga 20%` sehingga pengelolaan yang efektif tidak hanya memperbaiki citra tetapi juga mendorong loyalitas pengunjung. (Sari & Nugroho, 2020) .

Dari sudut pandang komunikasi, komentar negatif di ulasan daring merupakan bentuk komunikasi interpersonal yang memperluas melalui media digital, dimana pengunjung menggunakan platform seperti *Google Review* sebagai kanal untuk menyampaikan ketidakpuasan. Teori komunikasi seperti EVT menjelaskan bahwa pelanggaran ekspektasi memicu respon verbal dan nonverbal, seperti kata - kata kekecewaan atau emoji marah, yang kemudian memengaruhi audien lain. Dalam konteks ini, komunikasi daring memperkuat efek *word – of – mounth*, dimana satu ulasan negatif dapat viral dan memengaruhi ribuan pengguna. Ulasan daring sering kali lebih emosional karena tak dikenal, yang memperburuk dampak pada reputasi destinasi. Melihat dari sudut pandang pariwisata media digital, ulasan negatif di *Google Review* mencerminkan transformasi industri wisata di era digital, dimana media sosial dan platform ulasan menjadi alat utama untuk membentuk ekspektasi dan pengalaman wisatawan. Pariwisata digital menekankan pentingnya integrasi antara promosi daring dengan pengalaman nyata, dimana ketidaksesuaian memicu kampanye negatif yang merusak ekonomi lokal.

Urgensi penelitian ini didasari oleh kebutuhan untuk mengetahui dan mengelola dampak ulasan negatif di platform daring seiring percepatan transformasi digital sektor pariwisata pasca pandemi. Data *Google Trends*

menunjukkan lonjakan minat pencarian terkait perjalanan setelah pelonggaran pembatasan, yang menandakan bahwa calon wisatawan semakin mengandalkan informasi daring dalam pengambilan keputusan. (Trends)

Berdasarkan penejelasan diatas, tujuan studi ini adalah untuk menganalisis komentar negatif di *Google Review* pengunjung Wisata Telaga Sarangan melalui perspektif *Expectancy Violation Theory* (EVT) untuk mengidentifikasi pola pelanggaran ekspektasi, respon emosional, dan keterlibatan perilaku yang muncul, serta memberikan rekomendasi bagi pengelola destinasi dalam mengelola ulassn daring di era digital. Penelitian ini menerapkan metode analisis dengan pendekatan kualitatif konten tematik untuk memastikan kedalaman pemahaman terhadap fenomena yang kompleks dan faktual.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana analisis komunikasi wisatawan yang muncul dalam komentar negatif tentang harga makanan di *Google Review* Telaga Sarangan ?

C. Tujuan Masalah

1. Untuk mengetahui analisis komunikasi wisatawan yang muncul dalam komentar negatif tentang harga makanan di *Google Review* Telaga Sarangan

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Studi ini berkontribusi pada pengembangan teori komunikasi, khususnya *Expectancy Violation Theory* (EVT), dengan mengidentifikasi pola komunikasi dominan dan respon emosional wisatawan dalam komentar negatif daring. Hal

ini memperluas pemahaman EVT di konteks wisata digital Indonesia, yang sebelumnya lebih fokus pada komunikasi interpersonal tradisional, sehingga memberikan landasan teoritis baru untuk studi ulasan daring dan pelanggaran ekspektasi.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian memberikan rekomendasi strategis bagi pengelola wisata Telaga Sarangan untuk mengelola ulasan negatif, seperti mengoptimalkan transparansi promosi dan respon cepat terhadap keluhan. Dengan mengidentifikasi jenis komunikasi emosional (misalnya, kekecewaan verbal atau nonverbal), pengelola dapat mengurangi pelanggaran ekspektasi, memperbaiki tingkat kepuasan pengunjung, dan mencegah penurunan kunjungan yang secara logis berkaitan dengan tujuan analisis komunikasi untuk mendukung keberlanjutan destinasi.

3. Manfaat Sosial

Penelitian meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya komunikasi daring yang konstruksi di industri wisata, mendorong pengunjung untuk memberikan ulasan yang lebih dan pengelola untuk merespons secara etis. Secara sosial, berkontribusi pada peningkatan ekonomi lokal Telaga Sarangan melalui reputasi yang lebih baik, yang saling berkaitan dengan manfaat praktis karena analisis komunikasi emosional dapat memicu kampanye positif dan mengurangi dampak ulasan negatif viral.