

IDENTIFIKASI PENGALAMAN WISATAWAN TERHADAP WISATA BUDAYA DI DUSUN SASAK SADE, KABUPATEN LOMBOK TENGAH, BERDASARKAN ULASAN ONLINE DI TRIPADVISOR

Ma'ruf¹, Hariono², Muhamad Johari³, Teguh Iman Pribadi⁴

¹²³Universitas Islam Negeri Mataram

Jl. Gajah Mada No. 100 Jempong Baru - Mataram

⁴Universitas Bumigora

Jl. Ismail Marzuki No.22, Cilinaya - Mataram

Email Correspondence: teguh@universitasbumigora.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis ulasan online tentang wisata budaya di Dusun Sasak Sade, Kabupaten Lombok Tengah, menggunakan data dari TripAdvisor. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang mencakup analisis deskriptif terhadap ulasan yang dikategorikan dalam lima komponen penilaian: *Excellent*, *Very Good*, *Average*, *Poor*, dan *Terrible*. Tujuan penelitian adalah untuk memberikan wawasan mendalam mengenai pengalaman wisatawan dan menyediakan rekomendasi bagi pengelola destinasi wisata guna meningkatkan tata kelola dan kualitas layanan di Dusun Sasak Sade. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara umum wisatawan merasa puas dengan pengalaman wisata mereka di Dusun Sasak Sade. Wisatawan sebagian besar merupakan wisatawan yang berasal dari negara-negara Asia khususnya Indonesia. Sedangkan wisatawan yang merasa tidak puas didominasi oleh wisatawan dari negara-negara Eropa seperti Belanda, Belgia, Perancis dan lain-lain. Hasil dari penelitian ini juga menemukan 5 komponen penting yang mempengaruhi pengalaman wisatawan ketika melakukan kunjungan wisata budaya: kekaguman, keaslian, relaksasi, penemuan, dan pengetahuan.

Kata Kunci: Pengalaman Wisatawan; Ulasan Online; TripAdvisor; Dusun Sasak Sade

ABSTRACT

This study analyzes online reviews of cultural tourism in Sasak Sade Hamlet, Central Lombok Regency, using data from TripAdvisor. This research is a qualitative study that includes a descriptive analysis of reviews categorized in five rating components: Excellent, Very Good, Average, Poor, and Terrible. The purpose of the study was to provide in-depth insight into the experiences of tourists and provide recommendations for tourist destination managers to improve governance and service quality in Sasak Sade Hamlet. The results of this study indicate that in general, tourists are satisfied with their tourism experience in Sasak Sade Hamlet. Tourists are mostly tourists who come from Asian countries, especially Indonesia. While tourists who feel dissatisfied are dominated by tourists from European countries such as the Netherlands, Belgium, France and others. The results of this study also found 5 important components that influence the tourist experience when visiting cultural tourism: awe, authenticity, relaxation, discovery, and knowledge.

Keywords: Tourist Experience; Online Reviews; TripAdvisor; Sasak Sade Village

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang begitu cepat telah mendorong wisatawan untuk semakin memanfaatkan teknologi dalam meningkatkan pengalaman wisata mereka. Diantara teknologi-teknologi yang berkembang saat ini, media sosial memainkan peran yang sangat penting. Wisatawan menggunakan media sosial untuk mempelajari lebih lanjut tentang suatu destinasi (Ayeh et al., 2013). Bagian fundamental dari media sosial di web 2.0 diwakili oleh penyebaran konten yang dihasilkan oleh pengguna (*user-generated contents, UGC*). Konten ini umumnya berupa opini dan komentar tentang produk dan layanan yang dibeli, atau pengalaman hidup pengguna. Konten ini menentukan penyebaran pesan elektronik dari mulut ke mulut atau *electronic word of mouth (eWOM)*, yang merujuk pada komentar positif atau negatif yang dibuat oleh pelanggan mengenai produk atau perusahaan yang dapat diakses oleh setiap individu dan lembaga melalui Internet (Baka, 2016). Di bidang pariwisata, bentuk paling penting dari eWOM adalah ulasan online yang ditulis di jejaring sosial.

Salah satu platform ulasan online yang cukup populer dalam bidang pariwisata adalah TripAdvisor. TripAdvisor menyediakan ulasan, komentar, dan penilaian tentang suatu tujuan, baik itu destinasi pariwisata, akomodasi, dan juga restoran (Pribadi et al., 2024). Data terkini menunjukkan bahwa TripAdvisor menjadi salah satu platform perjalanan wisata yang paling banyak dikunjungi di seluruh dunia, berada di urutan kedua setelah *booking.com* dengan jumlah kunjungan yang mencapai 176 juta (Filieri et al., 2021).

TripAdvisor merupakan perusahaan yang berbasis di Boston, Amerika Serikat yang didirikan pada tahun 2000. Perusahaan ini merupakan salah satu pelopor *electronic word of mouth (eWOM)* dalam bidang perjalanan wisata yang menyediakan berbagai fitur seperti ulasan, penilaian (bintang 1 – bintang 5), foto, dan forum yang berkaitan dengan perencanaan perjalanan, seperti pemandu wisata, transportasi, daya tarik wisata, restoran, dan akomodasi (Suryawan et al., 2023). Platform ini dapat diakses dengan mudah oleh para pengguna, baik melalui aplikasi seluler maupun situs web. TripAdvisor memiliki komunitas wisatawan dengan jumlah yang besar yang tersebar di seluruh dunia yang memiliki akses ke 760 juta ulasan orang lain (Jiang et al., 2021). Oleh karena itu, situs web ini memiliki banyak sekali informasi yang dapat dijadikan sebagai referensi bagi setiap orang yang akan melakukan perjalanan wisata.

Sebagian besar studi tentang penggunaan media sosial oleh wisatawan difokuskan pada pemahaman pengaruh ulasan di hotel dan restoran terhadap calon wisatawan (Xiang et al., 2017). Melalui investigasi karya ilmiah yang berhubungan dengan ulasan online di bidang pariwisata dan perhotelan yang diterbitkan pada tahun 2004-2013, Schuckert et al., (2015) menemukan bahwa hampir 60% makalah berfokus pada perhotelan dan 18% pada restoran. Oleh karena itu, penelitian tentang ulasan online di bidang pariwisata saat ini difokuskan pada apa yang oleh Buhalis (2000) disebut "amenitas" yaitu semua layanan pariwisata yang bertujuan untuk memfasilitasi masa tinggal yang nyaman, seperti akomodasi, layanan makanan, dan fasilitas lainnya.

Meskipun ulasan online memiliki peranan yang sangat penting bagi industri pariwisata, namun sampai dengan saat ini, masih sedikit perhatian yang diberikan oleh para akademisi untuk memahami peran ulasan online terhadap atraksi pariwisata. Atraksi pariwisata merupakan seluruh sumber daya yang menarik dari suatu tujuan, yang dapat berupa alam, buatan manusia, atau budaya (Buhalis, 2000). Ini merupakan kesenjangan

penting dalam literatur tentang pariwisata, karena atraksi pariwisata merupakan produk inti dari suatu destinasi pariwisata dan memerlukan keterlibatan yang lebih dalam serta investasi waktu dan uang yang lebih tinggi daripada amenities (Baka, 2016; Buhalis, 2000). Di antara daya tarik pariwisata, sumber daya budaya dan sejarah mengambil posisi yang relevan, karena membantu mencirikan suatu tempat sebagai tujuan budaya, memfasilitasi perbedaan suatu tujuan dari yang lain, dan memungkinkan penawaran kunjungan otentik, terkait dengan identitas lokal tempat tersebut. Terlepas dari kenyataan bahwa tren utama pariwisata terkait dengan wisata budaya dan kunjungan objek wisata budaya, studi *review online* untuk memahami pengalaman budaya wisatawan masih belum banyak yang dilakukan (Munar dan Ooi dalam Simeon et al., 2017).

Berangkat dari penjelasan diatas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis ulasan online untuk menggali pengalaman wisatawan terkait dengan wisata budaya di Dusun Sasak Sade, Kabupaten Lombok Tengah. Dusun Sade dipilih sebagai lokus penelitian karena merupakan salah satu destinasi pariwisata di Indonesia, khususnya Lombok yang hingga kini memegang erat adat dan budaya masyarakat setempat. Dusun Sasak Sade secara lebih spesifik terletak di Desa Rembitan, Kecamatan Pujut, Kabupaten Lombok Tengah. Selanjutnya, ulasan online didapatkan dari TripAdvisor yang merupakan website travel terbesar yang menggunakan *user generated contents* atau *UGC* (Lu & Stepchenkova, 2015). Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau bahan evaluasi bagi para pengelola destinasi pariwisata khususnya di Dusun Sasak Sade terkait tata kelola destinasi pariwisata yang lebih baik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk mengeksplorasi pengalaman wisatawan terhadap wisata budaya di Dusun Sasak Sade, Desa Rembitan, Kabupaten Lombok Tengah. Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan melalui wawancara dan observasi langsung di lapangan, yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman mendalam mengenai kondisi pariwisata di Dusun Sasak Sade. Data sekunder diperoleh dari ulasan daring di platform TripAdvisor, yang kemudian dikategorikan ke dalam lima komponen penilaian, yaitu: Luar Biasa (*Excellent*), Sangat Baik (*Very Good*), Biasa (*Average*), Buruk (*Poor*), dan Sangat Buruk (*Terrible*). Pendekatan ini memungkinkan penyelarasan antara temuan lapangan dengan data sekunder dari ulasan daring, guna memberikan gambaran yang lebih komprehensif dan akurat tentang wisata budaya di Dusun Sasak Sade. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan metode deskriptif kualitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pariwisata di Dusun Sasak Sade

Dusun Sasak Sade terletak di Desa Rembitan, Kecamatan Pujut, Kabupaten Lombok Tengah. Dusun ini sudah lama ditata dan dipersiapkan sebagai tujuan wisata. Dusun ini memiliki luas 3 hektar, dimana terdapat 150 rumah adat suku Sasak Lombok, dengan 150 kepala keluarga (700 jiwa penduduk). Desa Adat Sade mulai dikembangkan sejak tahun 1975 dan masyarakat mulai menata sejak tahun 1986, kemudian dusun ini

mulai ramai dikunjungi wisatawan domestik maupun mancanegara sekitar tahun 1988 (Hamzah & Irfan, 2018). Beberapa daya tarik wisata yang dapat dinikmati di tempat ini yaitu rumah tradisional yang disebut *Bale Tani*, tenunan tradisional (*Songket* dan *Tenun Ikat*), Kesenian Presean, dan Musik Tradisional *Gendang Beleg*.

Ulasan Wisatawan Terhadap Wisata Budaya di Dusun Sasak Sade

Total ulasan online di TripAdvisor tentang Dusun Sasak Sade adalah 191 ulasan dengan rincian sebagai berikut.

Tabel 1. Rincian ulasan wisatawan di TripAdvisor

No	Penilaian	Jumlah
1	<i>Excellent</i> *****	37
2	<i>Very Good</i> ****	69
3	<i>Average</i> ****	53
4	<i>Poor</i> **	14
5	<i>Terrible</i> *	18
Total Ulasan		191

Sumber: (TripAdvisor, 2024)

Dari seluruh ulasan yang dianalisis, ditemukan bererapa kesamaan ulasan wisatawan terkait dengan pengalaman mereka ketika mengunjungi Dusun Sasak Sade. Wisatawan yang memberikan penilaian *Excellent* memiliki pendapat yang hampir sama dengan mereka yang memberikan penilaian *Very Good* (ulasan positif). Hal yang sama juga terjadi terhadap wisatawan yang memberikan penilaian *Poor* dengan mereka yang memberikan penilaian *Terrible* (ulasan negatif). Oleh karena itu dalam penelitian ini pembahasan dispesifikasi menjadi 3 kategori. Kategori 1 (*Excellent* dan *Verry Good*), Kategori (*Average*), dan Kategori 3 (*Poor* dan *Terrible*).

Kategori 1(*Excellent & Very Good*)

Wisatawan dengan kategori ini secara umum merasa puas dengan pengalaman mereka Ketika berikunjung ke Dusun Sasak Sade. Kepuasan tersebut tidak terlepas dari sejumlah faktor penting yang memberikan nilai tambah pada kunjungan mereka. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan wisatawan tersebut antara lain:

a. Adat istiadat yang masih dipertahankan

Keaslian adat istiadat yang tetap dilestarikan oleh masyarakat Dusun Sasak Sade menjadi salah satu daya tarik utama bagi para wisatawan yang berkunjung. Keunikan budaya lokal, seperti tradisi berumah tangga, seni kerajinan tangan, serta ritual adat, memberikan kesempatan bagi wisatawan untuk menyaksikan kehidupan sehari-hari yang tetap mempertahankan nilai-nilai tradisional.

b. Atraksi budaya yang disuguhkan

Atraksi budaya yang dapat disaksikan di Dusun Sasak Sade antara lain: atraksi *Peresean*, musik tradisional *Gendang Beleg*, dan pembuatan tenun tradisional (*Songket* dan *Tenun Ikat*). Wisatawan tidak hanya menjadi penonton, tetapi juga mendapatkan kesempatan untuk berpartisipasi aktif dalam kegiatan budaya ini, yang memberikan kesan mendalam dan memperkaya pengalaman mereka.

c. Akses menuju destinasi yang mudah

Dusun Sasak Sade berada di lokasi yang cukup strategis. Berjarak hanya 16 km dari Lombok Internasional Airport dan 7,2 km dari Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika. Destinasi ini dapat dicapai dengan berbagai moda transportasi, mulai dari sepeda motor hingga bus besar.

d. Menemukan hal yang unik

Keunikan dalam aspek budaya, arsitektur, dan gaya hidup masyarakat Sasak menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan. Misalnya, bentuk rumah tradisional dengan atap jerami yang khas, cara hidup yang masih sangat tradisional, serta produk-produk kerajinan tangan yang otentik.

e. Pemandu wisata atau *tour guide* yang ramah

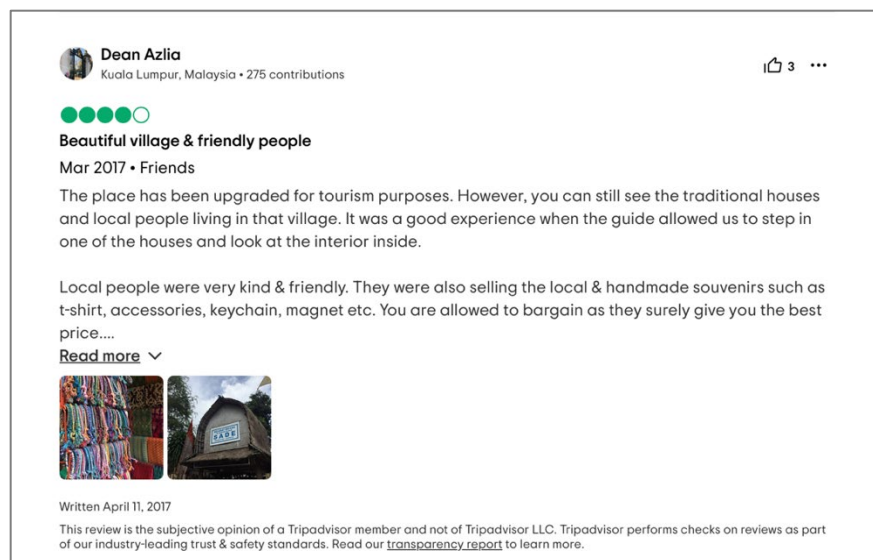
Setiap wisatawan yang berkunjung ke Dusun Sasak Sade akan dipandu oleh pemandu wisata lokal yang sudah terlatih sehingga dapat memberikan pengalaman dan informasi mendalam tentang Dusun Sasak Sade.

f. Kebersihan Destinasi

Meskipun Dusun Sasak Sade ini dihuni oleh pendudukan yang cukup banyak dan selalu ramai dikunjungi oleh wisatawan, namun kebersihan di destinasi ini masih tetap terjaga. Hal ini tentunya dapat menciptakan suasana yang nyaman dan menyenangkan bagi pengunjung.

g. Tersedianya tempat penjualan souvenir dengan harga yang terjangkau

Di destinasi ini juga terdapat banyak penjual souvenir dengan harga terjangkau. Hal ini memungkinkan wisatawan untuk membeli souvenir tanpa khawatir tentang anggaran, sekaligus mendukung perekonomian masyarakat lokal.



Gambar 1: Contoh Ulasan Kategori 1

Sumber: (TripAdvisor, 2024)

Secara demografi, sebagian besar wisatawan yang termasuk dalam kategori ini adalah wisatawan yang berasal dari Asia (84%). Diantara negara-negara di Asia, wisatawan Indonesia merupakan negara yang paling banyak memberikan ulasan dengan jumlah 51 ulasan atau 93% dari total jumlah wisatawan dari Asia yang memberikan

ulasan. Selanjutnya jika dilihat dari tipe wisatawan, yang mendominasi kategori 1 ini adalah mereka melakukan perjalanan solo/sendiri (24%) dan yang melakukan perjalanan Bersama pasangan/*couple* (24%).

Tabel 2: Demografi Wisatawan Kategori 1

No	Asal	Persentase (%)
1	Eropa	4,5%
2	Amerika	6%
3	Afrika	-
4	Asia	83%
5	Australia	1,5%
6	Tanpa Keterangan	4,5%

Sumber: (TripAdvisor, 2024)

Tabel 3: Tipe Wisatawan Kategori 1

No	Asal	Persentase (%)
1	Berwisata dengan keluarga	20%
2	Berwisata dengan pasangan	24%
3	Berwisata dengan teman	9%
4	Solo/sendiri	24%
5	Keperluan bisnis	17%
6	Tanpa Keterangan	6%

Sumber: (TripAdvisor, 2024)

Kategori 2

Wisatawan dengan kategori 2 merupakan wisatawan berada diantara kategori 1 dan kategori 3. Yang mana secara spesifik tidak terlalu puas dengan kunjungan mereka namun tidak juga terlalu kecewa. Beberapa catatan dari wisatawan yang memberikan ulasan di kategori ini diantaranya:

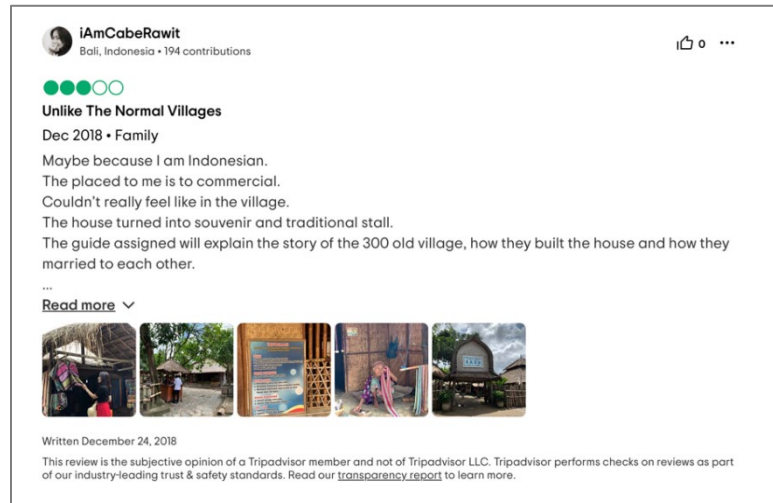
a. Tempat yang terlalu komersial

Berdasarkan hasil analisis dari ulasan para wisatawan, ditemukan bahwa banyak wisatawan merasa bahwa tempat ini terlalu komersial. Ini bisa berarti bahwa mereka merasa lingkungan atau pengalaman yang ditawarkan terlalu dipengaruhi oleh aspek bisnis, mengesampingkan nilai-nilai autentik atau pengalaman yang lebih mendalam.

b. Tidak jelasnya informasi terkait dengan donasi atau tiket yang harus diberikan

Di Dusun Sasak Sade disediakan kotak donasi yang dapat diisi oleh para wisatawan dengan sukarela tanpa ditentukan tarif tertentu. Di satu sisi, donasi dari para wisatawan ini tentunya sangat bermanfaat untuk pengembangan destinasi. Namun demikian, beberapa wisatawan mengalami kebingungan terkait dengan informasi yang diberikan mengenai donasi atau tiket yang harus dibayar. Ketidakjelasan ini dapat menciptakan rasa frustrasi, karena wisatawan

mungkin merasa tidak mendapatkan informasi yang cukup jelas tentang bagaimana cara berkontribusi atau membayar untuk kunjungan mereka.



Gambar 2: Contoh Ulasan Kategori 2

Sumber: (TripAdvisor, 2024)

Secara demografi, kategori 1 dan kategori 2 sama-sama didominasi oleh wisatawan Asia. Lebih jauh lagi, wisatawan Indonesia disini juga mendominasi dengan jumlah 18 orang atau 78% dari total jumlah wisatawan dari asia yang memberikan ulasan. Selanjutnya diikuti oleh Malaysia (11%), Jepang (5%) dan Filipina (5%).

Tabel 4: Demografi Wisatawan Kategori 2

No	Asal	Persentase (%)
1	Eropa	35%
2	Amerika	-
3	Afrika	-
4	Asia	59%
5	Australia	3%
6	Tanpa Keterangan	3%

Sumber: (TripAdvisor, 2024)

Tabel 5: Tipe Wisatawan Kategori 2

No	Asal	Persentase (%)
1	Berwisata dengan keluarga	16%
2	Berwisata dengan pasangan	10%
3	Berwisata dengan teman	16%
4	Solo/sendiri	29%
5	Keperluan bisnis	13%
6	Tanpa Keterangan	16%

Sumber: (TripAdvisor, 2024)

Kategori 3 (*Poor and Terrible*)

Kategori 3 merupakan kategori wisatawan yang merasa tidak puas dengan kunjungan mereka di Dusun Sasak Sade. Meskipun jumlahnya sedikit jika dibandingkan dengan wisatawan dengan kategori 1 dan kategori 2, namun beberapa alasan mereka dapat dijadikan sebagai pembelajaran bagi pengelola destinasi dan pemangku kepentingan untuk menjadikan Dusun Sasak Sade menjadi lebih baik kedepannya. Beberapa alasan mereka memberikan penilaian *Poor* dan *Terrible* diantaranya:

a. Merasa dipaksa untuk berbelanja

Beberapa wisatawan merasa tertekan atau dipaksa untuk melakukan pembelian, yang mengganggu kenyamanan dan kepuasan mereka selama kunjungan.

b. Guide yang berbayar

Terdapat ketidakpuasan mengenai biaya tambahan untuk pemandu wisata yang dianggap tidak sebanding dengan kualitas layanan yang diterima.

c. Harga barang yang terlalu mahal

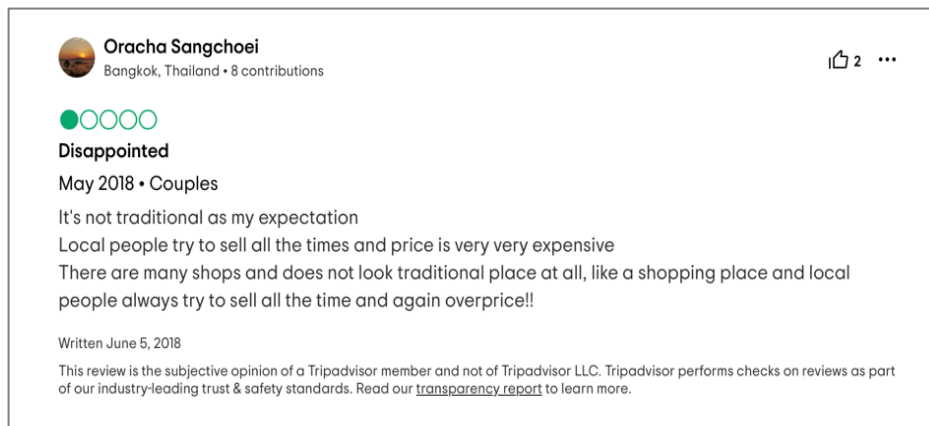
Meskipun barang yang dijual cukup bervariasi, namun beberapa wisatawan merasa bahwa harga barang yang dijual di lokasi terlalu tinggi.

d. Tidak puas dengan pelayanan pemandu wisata lokal

Pemandu wisata lokal dianggap kurang ramah atau tidak cukup menyambut wisatawan dengan baik, yang berdampak negatif pada pengalaman keseluruhan.

e. Tempat berbelanja yang banyak sehingga mengurangi keunikan dari destinasi tersebut

Hampir sama dengan kategori 2, beberapa wisatawan di kategori 3 juga merasa bahwa banyaknya tempat berbelanja dianggap mengurangi keunikan dan daya tarik asli dari Dusun Sasak Sade.



Gambar 3: Contoh Ulasan Kategori 3

Sumber: (TripAdvisor, 2024)

Secara demografi, sebagian besar wisatawan yang termasuk dalam kategori ini adalah mereka yang berasal dari negara-negara Eropa (41%). Kemudian, jika dilihat dari tipe wisatawan, yang mendominasi kategori 3 ini adalah mereka yang melakukan perjalanan bersama pasangan/*couple* (41%).

Tabel 6: Demografi Wisatawan Kategori 3

No	Asal	Persentase (%)
1	Eropa	41%
2	Amerika	-
3	Afrika	-
4	Asia	27%
5	Australia	9%
6	Tanpa Keterangan	23%

Sumber: (TripAdvisor, 2024)

Tabel 7: Tipe Wisatawan Kategori 3

No	Asal	Persentase (%)
1	Berwisata dengan keluarga	14%
2	Berwisata dengan pasangan	41%
3	Berwisata dengan teman	23%
4	Solo/sendiri	4%
5	Keperluan bisnis	-
6	Tanpa Keterangan	18%

Sumber: (TripAdvisor, 2024)

KESIMPULAN

Dari hasil dan pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa secara umum wisatawan yang berkunjung ke Dusun Sasak Sade merasa puas dengan kunjungan mereka. Lebih spesifik lagi, wisatawan yang merasa puas atau yang memberikan penilaian baik adalah wisatawan yang berasal dari negara-negara Asia khususnya Indonesia (wisatawan domestik). Sedangkan wisatawan yang merasa tidak puas didominasi oleh wisatawan dari negara-negara Eropa seperti Belanda, Belgia, Perancis dan negara lainnya.

Apabila dilihat dari tipe wisatawan terjadi perbedaan antara ketiga kategori diatas. Kategori 1 didominasi oleh wisatawan yang berwisata sendiri dan mereka yang melakukan perjalanan wisata dengan pasangan (*couple*) dengan persentase masing-masing 24%. Selanjutnya kategori 2 didominasi oleh wisatawan yang melakukan perjalanan wisata sendiri/solo, dan kategori 3 didominasi oleh mereka yang berwisata dengan pasangan (*couple*). Selanjutnya jika melihat faktor-faktor yang mempengaruhi pengalaman wisatawan (kategori 1, kategori 2, dan kategori 3) secara lebih spesifik, maka dapat diambil 5 komponen penting yang mempengaruhi pengalaman wisatawan ketika melakukan kunjungan wisata budaya: kekaguman, keaslian, relaksasi, penemuan, dan pengetahuan. Hal ini sesuai dengan temuan (Simeon et al., 2017).

Bagi pengelola destinasi dan pemangku kepentingan yang lain, hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi untuk pengembangan Dusun Sasak Sade. Sehingga kedepannya, ulasan-ulasan negatif dapat diminimalisir dan wisatawan yang lain menjadi tertarik untuk melakukan kunjungan wisata ke Dusun Sasak Sade.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Islam Negeri Mataram atas dukungan pendanaan yang diberikan untuk pelaksanaan penelitian ini. Bantuan pendanaan ini sangat berperan penting dalam kelancaran dan keberhasilan penelitian ini. Penulis juga berterima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi selama proses penelitian berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayeh, J. K., Au, N., & Law, R. (2013). "Do We Believe in TripAdvisor?" Examining Credibility Perceptions and Online Travelers' Attitude toward Using User-Generated Content. *Journal of Travel Research*, 52(4), 437–452. <https://doi.org/10.1177/0047287512475217>
- Baka, V. (2016). The becoming of user-generated reviews: Looking at the past to understand the future of managing reputation in the travel sector. *Tourism Management*, 53, 148–162. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.09.004>
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21(1), 97–116.
- Filieri, R., Acikgoz, F., Ndou, V., & Dwivedi, Y. (2021). Is TripAdvisor still relevant? The influence of review credibility, review usefulness, and ease of use on consumers' continuance intention. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 33(1), 199–223. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-05-2020-0402>
- Hamzah, A. S., & Irfan, M. (2018). *Local Wisdom Based Tourist Village Sade Lombok Organization within the Framework of Sustainable Tourism Development*. 282(4000), 129–132. <https://doi.org/10.2991/icblt-18.2018.31>
- Jiang, Q., Chan, C. S., Eichelberger, S., Ma, H., & Pikkemaat, B. (2021). Sentiment analysis of online destination image of Hong Kong held by mainland Chinese tourists. *Current Issues in Tourism*, 24(17), 2501–2522. <https://doi.org/10.1080/13683500.2021.1874312>
- Lu, W., & Stepchenkova, S. (2015). User-Generated Content as a Research Mode in Tourism and Hospitality Applications: Topics, Methods, and Software. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 24(2), 119–154. <https://doi.org/10.1080/19368623.2014.907758>
- Maria Immacolata Simeon, Piera Buonincontri, Fernando Cinquegrani, A. M. (2017). Exploring tourists' cultural experiences in Naples through online reviews. *Emerald*, 34(1), 1–5.
- Pribadi, T. I., Dwi, E., & Marswandi, P. (2024). *A Sentiment Analysis of Tourist Attractions in the Mandalika Special Economic Zone (SEZ) Using the Nave Bayes Method*. 6(1), 105–114. <https://doi.org/10.30812/bite/v6i1.4081>
- Schuckert, M., Liu, X., & Law, R. (2015). Hospitality and Tourism Online Reviews: Recent Trends and Future Directions. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 32(5), 608–621. <https://doi.org/10.1080/10548408.2014.933154>
- Suryawan, I. W. B., Utami, N. W., & Fredlina, K. Q. (2023). Analisis Sentimen Review Wisatawan pada Objek Wisata Ubud Menggunakan Algoritma Support Vector

- Machine. *Jurnal Informatika Teknologi Dan Sains*, 5(1), 133–140.
- Tripadvisor. (2024). *Sade Traditional Weaving Village* [Online] Tersedia di: https://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g3359690-d6584232-Reviews-Sade_Traditional_Weaving_Village-Sade_Lombok_West_Nusa_Tenggara.html [Diakses pada 27 Agustus 2024].
- Xiang, Z., Du, Q., Ma, Y., & Fan, W. (2017). A comparative analysis of major online review platforms: Implications for social media analytics in hospitality and tourism. *Tourism Management*, 58, 51–65. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.10.001>