

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata halal sudah berkembang dengan sangat pesat baik di Indonesia maupun di dunia. Hal ini dibuktikan dengan adanya beberapa prestasi di destinasi wisata halal dunia. Seperti pada tahun 2019, Indonesia menduduki peringkat pertama dunia untuk perjalanan halal terbaik menurut Global Islamic Travel Index (GMTI), mengalahkan 130 negara peserta lainnya. Kegiatan ini berdasarkan data, 20% atau sekitar 14,92 juta wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia adalah wisatawan muslim. Tahun 2022, Indonesia menduduki peringkat kedua (standar GMTI), mengalahkan Arab Saudi di peringkat tiga, Turki di peringkat empat, dan Uni Emirat Arab di peringkat lima. Kinerja Indonesia juga dianalisis dalam hal akses, komunikasi, lingkungan dan pelayanan di destinasi wisata halal. Seolah belum cukup,

Indonesia pun berhasil meraih 12 dari 16 penghargaan di World Halal Tourism Awards 2016 di Abu Dhabi. Isu-isu tersebut membuat banyak pihak optimis bahwa Indonesia memiliki potensi besar untuk mengembangkan wisata halal (Kementerian Pariwisata dan Industri Kreatif, 2021).¹

Selain wisata halal yang di jelaskan di atas ada juga wisata halal lainnya yaitu wisata masjid, wisata masjid sangat sering dijumpai di berbagai penjuru kota bahkan daerah. Ada beberapa destinasi wisata masjid terbesar di Indonesia yaitu Masjid Kubah Emas di Depok, Masjid Istiqlal di Jakarta, Masjid Raya Baiturrahman di Aceh, Masjid Agung di Jawa Tengah dan Masjid Al-Akbar di Surabaya.²

¹ <https://shafiec.unu-jogja.ac.id/2022/07/halal-tourism-2-kenali-berbagai-destinasi-wisata-halal-di-indonesia/> di akses pada tanggal 03 januari 2023 pukul 20:01

² Annisa, S. (2019). "Studi Netnografi Pada Aksi Beat Plastic Pollution Oleh United Nations Environment Di Media Sosial Instagram". *Jurnal Aspikom*, 3(6), 1109-1123.,

Pariwisata masjid menjadi komponen pendukung atas pariwisata halal. Di buktikan dengan adanya perkembangan dalam bidang perekonomian yang bergerak pada kegiatan usaha mikro (UMKM). Peningkatan wisata masjid ini pasti akan mempengaruhi pertumbuhan perekonomian Indonesia. Industri pariwisata memegang peranan penting ekonomi global, yang dianggap sebagai salah satu mesin pertumbuhan industry kerja dan pertumbuhan ekonomi. Dengan demikian, pariwisata juga dapat di lihat sebagai sumber Produk Domestic Broto (PDB) utama. Peningkatan wisatawan muslim dimungkinkan dan tantangan bagi peningkatan industri pariwisata. Destinasi daerah di Indonesia yang meraih penghargaan Best Halal Destination Indeks pariwisata Islami Indonesia 2019 adalah Lombok. Reputasi Lombok sebagai destinasi halal Pariwisata dikenal di tingkat internasional dan regional. Lombok sangat cocok dikembangkan untuk wisata halal dan, selain alam yang sangat indah, yang paling Penduduk Lombok

beragama Islam. Ada juga banyak masjid di Lombok mendapat predikat Negeri Seribu Masjid (Rahmawati dkk., 2021).³

Pariwisata masjid semakin hari semakin mengalami perkembangan, namun sayangnya belum ada kriteria yang menyatakan masjid layak untuk menjadi tempat berwisata. Industri pariwisata mulai direformasi dengan munculnya tren perjalanan halal. Kecenderungan Termasuk wisata halal pengembangan dan kebutuhan orang yang ingin bepergian mentaati hukum agama sebagai kemudahan ketika Anda mendapatkan makanan dan minuman halal, kemudahan ibadah. Obyek wisata halal seakan menjadi magnet tersendiri Penelitian terdahulu yang selalu menjelaskan dampak positif pariwisata masjid .

³ Maghfira, F., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2022). Analisis Pengaruh Halal Tourism Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia: Strategi Dan Tantangan. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 15(1), 76-86.

Berdasarkan riset yang telah dilakukan oleh peneliti dari 21 jurnal artikel terdahulu yang sudah direview, ternyata belum ada yang meneliti mengenai kriteria pariwisata masjid menurut wisatawan. Artikel terdahulu terfokuskan pada 5 (lima) tema: 1). Pengelolaan wisata masjid;⁴ 2). Pusat objek wisata masjid;⁵ 3). Pengembangan pariwisata;⁶ 4). Sistem Informasi untuk

⁴ Kristel Kessler, internasional journal of religious tourism and pilgrimage. Volume 3 Issue selection of papers from international conference 2015 (V1) Mengkonseptualisasikan Wisata Masjid: Ciri Utama Wisata Islami dan Religius. International Accounting And Business Conference 2015, Iabc 2015 Peer-review under responsibility of Universiti Teknologi MARA Johor doi: 10.1016/S2212-5671(15)01128-4 Model Pengukuran Kinerja Masjid "Halalifikasi" pariwisata Journal of islamic marketing , ISSN: 1759-0833 Article publication date: 13 November 2017

⁵ Pertiwi, D. H., & Syahrul, Y. (2017). Motion Graphic Masjid Agung Palembang sebagai Media Promosi Pariwisata Kota Palembang. *CSRID (Computer Science Research and Its Development Journal)*, 9(3), 167-179. Subarkah, A. R. (2018). Diplomasi pariwisata halal nusa tenggara barat. *Intermestic: Journal of International Studies*, 2(2), 188-203. Arfiani, A. S. (2021). Dari Simbolisasi Kesultanan Menjadi Pusat Pariwisata: Studi Perubahan Sosial dalam Ritualisasi Keagamaan di Masjid Gedhe Kauffman. *Jurnal Dakwah: Media Komunikasi dan Dakwah*, 22(2). Fitriani, R., & Wilardjo, S. B. (2017). Sadar wisata, kemenarikan fasilitas, jarak, pengaruhnya terhadap minat berkunjung kembali pada objek Wisata Masjid Agung Jawa Tengah di Kota Semarang. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 5(3), 259-272.

⁶ ASEAN-Turkey ASLI (Annual Serial Landmark International) Conferences on Quality of Life 2016 AMER International Conference on Quality of Life, AicQoL2016Medan 25 –

Pariwisata Masjid;⁷ 5). Loyalitas Wisatawan / Pengalaman Wisatawan.⁸ Kessler menjelaskan konsep wisata masjid sebagai sebuah istilah yang tidak ada dalam

27 February 2016, Medan, Indonesia Mendefinisikan Isu Kontrol Kenyamanan Termal melalui Masjid Kota Desain Fasad Wisata Cagar Budaya: Masjid Kapitan Keling sebagai focal point & identitas simbolis bagi muslim India di PenangAicQoL2015Jakarta, Indonesia. AMER International Conference on Quality of Life The Akmani Hotel, Jakarta, Indonesia, 25-27 April 2015 "Quality of Life in the Built & Natural Environment 3 Rahma, A. A. (2020). Potensi Sumber Daya Alam dalam Mengembangkan Sektor Pariwisata di Indonesia. *Jurnal NasionalPariwisata*, 12(1), 1-8. Amarrohman, F. J., & Nugraha, A. L. (2018). Analisis Penilaian Zona Nilai Ekonomi Kawasan Untuk Kawasan Pariwisata (Studi Kasus: Masjid Agung Demak Dan Makam Kadilangu Demak). *Elipsoida: Jurnal Geodesi dan Geomatika*, 1(02), 35-39."

⁷ Mohd Hasmizi, N. S., Abdul Rasam, A. R., & Mohamed Saraf, N. (2020). E-Mosque Tourism: Discovering Mosques via Geodigital Mapping in Kuala Lumpur, Malaysia. In *Charting the Sustainable Future of ASEAN in Science and Technology* (pp. 507-517). Springer, Singapore. Narulita, S., Suprasetio, A., Hidayat, A. A., & Aulia, R. N. (2019, October). Promotion Strategy for Religious Tourism in DKI Jakarta Through Websites and Social Media. In *Proceeding ASEAN Youth Conference*. Sawari, S. S., Hussin, S. R., & Rahman, N. H. A. (2021). Exploring Tourist Behavior Intention in Virtual Reality Mosque Tourism Using an Extended Stimulus-Organism-Response Model. *Digitalisation Empowerment in Mosque Tourism Management; A Potential and Current Practice Nazatul Aqilah Sutrisno, Masrul Hayati Kamarulzaman, Siti Sara Ibrahim* (2022).

⁸ Navajas-Romero, V., Hernández-Rojas, R. D., Hidalgo-Fernández, A., & Jimber del Rio, J. A. (2020). Tourist loyalty and mosque tourism: The case of the Mosque-Cathedral in Córdoba (Spain). *Plos one*, 15(12), e0242866.. Fattah, A. A., & Eddy-U, M. E. (2016). Mosque-visiting: Motivations and experiences of non-Muslim visitors at the Al-Azhar mosque in Egypt. *Turizam*, 20(3), 105-127.

literatur akademik saat ini. Adanya penelitian ini adalah untuk mengusulkan pembenaran pentingnya sebagai kegiatan wisata dan elemen sentral dari wisata Islam yang harus difokuskan untuk mempromosikan pertumbuhan yang berkelanjutan dari tren wisata baru ini. Rahma, A. A. Menemukan Masih ditemukan banyak sumber daya alam, budaya, kuliner dan pesona alam di berbagai daerah di Indonesia yang masih belum terkelola dengan baik bahkan masih belum diketahui oleh banyak orang dengan solusi pemerintah dibantu warga sekitar daerah yang bersangkutan bersatu untuk mengembangkan potensi tersebut sehingga pendapatan dari sektor pariwisata demi mengangkat jumlah devisa negara berjalan dengan baik. Studi terdahulu terfokus pada penjelasan pengembangan pariwisata masjid dan mendefinisikan teori, di banding kriteria pariwisata masjid menurut wisatawan.

Alasan peneliti menganalisis Masjid Menara Kudus Al-Aqsha adalah Masjid Menara Kudus Al-Alqsha ini menjadi salah satu masjid terbesar di Jawa Tengah dan

mendapatkan komentar terbanyak yang peneliti dapatkan, yang mana jumlah komentar yang ada terhitung pada tanggal 26 Maret 2024 yaitu sebanyak 18.118 komentar.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kriteria pariwisata masjid menurut wisatawan dengan memanfaatkan data Google Place menggunakan aplikasi Neuka. Neuka merupakan singkatan dari Netnografi untuk Kualitatif yang dibangun oleh Dr. Lilik Wahyudi, MM beserta tim. Neuka dapat mengakses database yang berasal dari website di internet, selanjutnya diolah menggunakan standar kualitatif milik Miles, Huberman dan Saldana. Menimbang banyaknya masjid yang menjadi tujuan wisata dan keterbatasan Aplikasi Neuka, maka penelitian ini menentukan Masjid Al-Aqsha Menara Kudus di Jawa Tengah sebagai sampel kasus. Setidaknya terdapat 17.747 ribu komentar wisatawan yang muncul di laman google place. Penelitian ini didasarkan pada argumen bahwa dengan mengetahui kriteria dari pariwisata masjid bisa menjadi alternatif bagi wisatawan

muslim maupun non muslim untuk berwisata dan memenuhi kebutuhan spiritualnya. Diharapkan juga sektor pariwisata domestik dapat menarik lebih banyak wisatawan domestik dan mancanegara melalui industri pariwisata ini. Penelitian ini sangat penting untuk mengetahui kriteria pariwisata masjid menurut wisatawan. Dengan adanya kriteria mengenai pariwisata masjid maka akan menjadi sebuah alat ukur dalam perkembangan pariwisata masjid dan akan menjadi sebuah pedoman untuk suatu kegiatan tertentu.

B. Rumusan Masalah

Pariwisata halal sudah berkembang di Indonesia maupun di dunia, namun sayangnya belum ada kriteria yang menyatakan masjid layak menjadi tempat berwisata.

Dengan adanya kriteria pariwisata masjid bisa menjadi sebuah pedoman atau acuan untuk mengembangkan wisata halal salah satunya wisata masjid. Berdasarkan pokok masalah tersebut, penelitian ini mengajukan sebuah

pertanyaan yakni; Apa kriteria pariwisata masjid menurut wisatawan berdasarkan data Google Place menggunakan Neuka pada Masjid Al-Aqsha Menara Kudus di Jawa Tengah?

C. Batasan Masalah

Peneliti membuat batasan masalah agar penelitian ini dapat terarah dan tidak melebar. Penelitian ini menfokuskan pada kriteria pariwisata masjid menurut wisatawan melalui Google Place menggunakan Neuka. Dengan fokus penelitian pariwisata masjid terbesar di Indonesia. Dalam riset ini peneliti fokus pada Masjid al-Aqsha Menara Kudus di Jawa Tengah. Adapun batasan waktu yang peneliti analisis dalam komentar wisatawan yaitu pada komentar terbaru yang dikoding langsung menggunakan aplikasi Neuka.

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kriteria pariwisata masjid menurut wisatawan berdasarkan data

google place menggunakan Neuka pada Masjid Al-Aqsha Menara Kudus di Jawa Tengah.

E. Kegunaan penelitian

Kegunaan penelitian ini dirincikan sebagai berikut:

1. Secara teoritis

Penelitian ini ingin menjelaskan mengenai kriteria pariwisata masjid menurut wisatawan melalui google place menggunakan neuka agar bisa dijadikan sebuah kriteria atau panduan bagi pengurus masjid yang ingin menjadikan masjid sebagai pariwisata halal. Selanjutnya hasil penelitian ini bisa dijadikan sebuah rujukan bagi peneliti serupa dimasa mendatang.

2. Secara Praktis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan bisa menambah pengetahuan tentang kriteria pariwisata masjid

menurut wisatawan, dan peneliti dapat memberikan kontribusi untuk bahan penelitian.

b. Bagi Program Studi

Penelitian ini diharapkan bisa memperkaya literatur tentang pariwisata masjid bagi mahasiswa fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah, khususnya pada program studi Manajemen Dakwah.

c. Bagi Pengurus Masjid

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi pedoman atau kriteria yang bisa digunakan untuk menjadi rujukan membuat pariwisata masjid agar wisatawan menjadi nyaman dan tertarik untuk mendatangi pariwisata masjid.

F. Kajian Terdahulu

Studi tentang pariwisata masjid masi sangat terbatas. Peneliti telah menelusuri berbagai sumber referensi dari jurnal nasional maupun internasional dengan menggunakan

kata kunci *mosque in tourism*, *mosque islam* dan pariwisata masjid. Kemudian menemukan beberapa jurnal terkait. Berikut akan di sampaikan poin penting dari peneliti terdahulu, sehingga dapat melihat pentingnya penelitian ini.

1. Studi Pariwisata Masjid

Peneliti telah mereview 21 artikel yang mengkaji tentang pariwisata masjid. Hasil review dapat memetakan pariwisata masjid kedalam 5 area. ;1). Pengelolaan wisata masjid⁹; 2). Pusat objek wisata masjid¹⁰; 3). Pengembangan

⁹ Kristel Kessler, internasional journal of religious tourism and pilgrimage. Volume 3 Issue selection of papers from international conference 2015 (V1) Mengkonseptualisasikan Wisata Masjid: Ciri Utama Wisata Islami dan Religius. International Accounting And Business Conference 2015, IABC 2015 Peer-review under responsibility of Universiti Teknologi MARA Johor doi: 10.1016/S2212-5671(15)01128-4 Model Pengukuran Kinerja Masjid “Halalifikasi” pariwisata Journal of islamic marketing , ISSN: 1759-0833 Article publication date: 13 November 2017

¹⁰ Pertiwi, D. H., & Syahrul, Y. (2017). Motion Graphic Masjid Agung Palembang sebagai Media Promosi Pariwisata Kota Palembang. *CSRID (Computer Science Research and Its Development Journal)*, 9(3), 167-179. Subarkah, A. R. (2018). Diplomasi pariwisata halal nusa tenggara barat. *Intermestic: Journal of International Studies*, 2(2), 188-203. Arfiani, A. S. (2021). Dari Simbolisasi Kesultanan Menjadi Pusat Pariwisata: Studi Perubahan Sosial dalam Ritualisasi Keagamaan di Masjid Gedhe Kauffman. *Jurnal Dakwah: Media Komunikasi dan Dakwah*, 22(2). Fitriani, R., & Wilardjo, S. B. (2017). Sadar wisata, kemenarikan

pariwisata¹¹ ;4). Sistem Informasi untuk Pariwisata Masjid¹² ;5). Loyalitas Wisatawan / Pengalaman Wisatawan¹³ . yang mana peneliti Kristel Kessler meneliti tentang mengkonseptualisasikan wisata

fasilitas, jarak, pengaruhnya terhadap minat berkunjung kembali pada objek Wisata Masjid Agung Jawa Tengah di Kota Semarang. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 5(3), 259-272.

¹¹ Mohd Hasmizi, N. S., Abdul Rasam, A. R., & Mohamed Saraf, N. (2020). E-Mosque Tourism: Discovering Mosques via Geodigital Mapping in Kuala Lumpur, Malaysia. In *Charting the Sustainable Future of ASEAN in Science and Technology* (pp. 507-517). Springer, Singapore. Narulita, S., Suprasetio, A., Hidayat, A. A., & Aulia, R. N. (2019, October). Promotion Strategy for Religious Tourism in DKI Jakarta Through Websites and Social Media. In *Proceeding ASEAN Youth Conference*. Sawari, S. S., Hussin, S. R., & Rahman, N. H. A. (2021). Exploring Tourist Behavior Intention in Virtual Reality Mosque Tourism Using an Extended Stimulus-Organism-Response Model. *Digitalisation Empowerment in Mosque Tourism Management; A Potential and Current Practice Nazatul Aqilah Sutrisno, Masrul Hayati Kamarulzaman, Siti Sara Ibrahim* (2022).

¹² Pertiwi, D. H., & Syahrul, Y. (2017). Motion Graphic Masjid Agung Palembang sebagai Media Promosi Pariwisata Kota Palembang. *CSRID (Computer Science Research and Its Development Journal)*, 9(3), 167-179. Subarkah, A. R. (2018). Diplomasi pariwisata halal nusa tenggara barat. *Intermestic: Journal of International Studies*, 2(2), 188-203. Arfiani, A. S. (2021). Dari Simbolisasi Kesultanan Menjadi Pusat Pariwisata: Studi Perubahan Sosial dalam Ritualisasi Keagamaan di Masjid Gedhe Kauffman. *Jurnal Dakwah: Media Komunikasi dan Dakwah*, 22(2). Fitriani, R., & Wilardjo, S. B. (2017). Sadar wisata, kemenarikan fasilitas, jarak, pengaruhnya terhadap minat berkunjung kembali pada objek Wisata Masjid Agung Jawa Tengah di Kota Semarang. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 5(3), 259-272.

¹³ Navajas-Romero, V., Hernández-Rojas, R. D., Hidalgo-Fernández, A., & Jimber del Rio, J. A. (2020). Tourist loyalty and mosque tourism: The case of the Mosque-Cathedral in Córdoba (Spain). *Plos one*, 15(12), e0242866.. Fattah, A. A., & Eddy-U, M. E. (2016). Mosque-visiting: Motivations and experiences of non-Muslim visitors at the Al-Azhar mosque in Egypt. *Turizam*, 20(3), 105-127.

masjid. Dalam penelitian Kristel Kessler makna istilah wisata masjid merupakan salah satu kegiatan terpenting yang dilakukan oleh wisatawan Muslim sebagai praktik keagamaan serta aktivitas wisata saat bepergian. Hasil dari penelitian ini adalah menawarkan untuk mendefinisikan konsep Wisata Masjid, sebuah istilah yang tidak ada dalam literatur akademik saat ini serta untuk mengusulkan pembenaran pentingnya sebagai kegiatan wisata dan elemen sentral dari wisata Islam yang harus difokuskan untuk mempromosikan pertumbuhan yang berkelanjutan dari tren wisata baru ini.¹⁴

Kedua, Mosque Tourism yang mana dari hasil penelusuran Mosque Tourism menunjukan tempat wisata yang berfokuskan kepada konsep wisata masjid, menentukan syariah dan seluk-

¹⁴ Kessler, K. (2015). Conceptualizing mosque tourism: A central feature of Islamic and religious tourism. *The international journal of religious tourism and pilgrimage*, 3(2), 11-32.

beluk hukum dalam wisata masjid, mengidentifikasi persyaratan dan kepuasan pengunjung, memeriksa kesesuaian hukum yang mengatur pengelolaan masjid dan wisatwan dan merekomendasikannya.¹⁵ Adapun Mosque Tourism yang di jelaskan oleh Narulita, S. Suprasetio dkk yaitu tentang Mejelaskan peran website dan sosial media dalam mempromosikan pariwisata religious. Hasil dari penelitian ini peran signifikan website dan media sosial untuk mempromosikan wisata religi di DKI Jakarta.

Dari dua penjelasan yang sudah peneliti sampaikan dapat peneliti simpulkan bahwa belum ada peneliti yang mengkaji tentan kriteria pariwisata masjid menurut wisatawan. Penelitian ini sangat penting karna dari 21 jurnal yang sudah

¹⁵ Wong, H. S. (2021). Inadequacies of Legal Framework of Mosque Tourism Towards Development of Tourism Industry in Malaysia: A Review. *Journal of Tourism, Hospitality and Environment Management*, 6(23), 71-78.

dianalisis belum ada yang mengkaji tentang kriteria pariwisata masjid menurut wisatawan.

2. Studi Netnografi Menggunakan Google Place

Peneliti sudah mengkaji 15 artikel yang menggunakan metode netnografi, dari 15 artikel tersebut peneliti membentuk 3 pemetaan yang membahas mengenai netnografi antara lain; 1. Netnografi menggunakan aplikasi Instagram¹⁶, 2. Netnografi menggunakan aplikasi Tiktok¹⁷, 3.

¹⁶ Annisa, S. (2019). Studi Netnografi Pada Aksi Beat Plastic Pollution Oleh United Nations Environment Di Media Sosial Instagram. *Jurnal Aspikom*, 3(6), 1109-1123., Marwantika, A. I. (2022, September). Dakwah Dan Komunikasi Krisis Di Masa Pandemi Covid-19: Netnografi Da'i Di Instagram. In *Proceeding of Conference on Strengthening Islamic Studies in The Digital Era* (Vol. 2, No. 1, pp. 174-189)., Steeve, A. J., Tangkudung, J. P., & Lotulung, L. J. (2021). STUDI NETNOGRAFI PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM. *ACTA DIURNA KOMUNIKASI*, 3(4)., Waruwu, D. F. M., & Vera, N. (2020). Ujaran Kebencian di Media Sosial (Studi Netnografi di Akun Instagram@ prof. tjokhowie). *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 55-69., Noviani, A., & Wijayanti, S. (2022). Instagram Sebagai Medium Pesan Komunitas Ibu Tunggal di Indonesia (Studi Netnografi di Akun Instagram@ singlemomsindonesia). *Jurnal Netnografi Komunikasi*, 1(1), 1-13.

¹⁷ Utami, M. P. (2022). Self Branding of Content Creator Tiktok (Studi Netnografi: Analisis Konten pada Aplikasi TikTok) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia)., Utami, M. P. (2022). Self Branding of Content Creator Tiktok (Studi Netnografi: Analisis Konten pada Aplikasi TikTok) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).

Netnografi menggunakan aplikasi Twitter¹⁸, 4.
 Netnografi menggunakan aplikasi Facebook¹⁹, 5.
 Netnografi menggunakan Podcast²⁰, 6. Netnografi
 menggunakan aplikasi Youtube²¹. Setelah peneliti
 menganalisis 15 artikel dapat peneliti simpulkan
 bahwa belum ada yang mengkaji tentang kriteria
 pariwisata masjid menggunakan metode netnografi
 dengan pendekatan neuka. Itulah kenapa penelitian
 ini sangat penting karna bisa dijadikan sebagai

¹⁸ Santoso, Z. Z. E., Krisdinanto, N., & Fiesta, B. R. S. (2023). Studi Netnografi Interaktivitas e-WOM pada Followers Twitter Tokopedia Pasca Krisis Kebocoran Data Pengguna. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 21(1), 1-23., Rinaldi, A. R., Mutiarin, D., & Damanik, J. (2021). Analisis Netnografi Sentimen Pengguna Twitter Terhadap Pembukaan Kembali Pariwisata Di Tengah Pandemi Covid-19. *PARIWISATA BUDAYA: JURNAL ILMIAH AGAMA DAN BUDAYA*, 6(1), 27-36.

¹⁹ Rinaldi, A. R., Mutiarin, D., & Damanik, J. (2021). Analisis Netnografi Sentimen Pengguna Twitter Terhadap Pembukaan Kembali Pariwisata Di Tengah Pandemi Covid-19. *PARIWISATA BUDAYA: JURNAL ILMIAH AGAMA DAN BUDAYA*, 6(1), 27-36.

²⁰ Adnan, I., & Iskandar, D. (2020). Studi Netnografi Belajar Membuat Podcast Pada Komunitas The Podcasters Di Media Social Discord. *Jurnal Syntax Transformation*, 1(09), 619-623.

²¹ Angraini, R. (2022). Peran Virtual Tour sebagai Media Promosi Kunjungan ke Taman Nasional selama Pandemic Covid-19: Kajian Netnografi berdasarkan Komentar Youtube. *Sang Pencerah: Jurnal Ilmiah Universitas Muhammadiyah Buton*, 8(2), 477-486., Luthfyah, A. A. M., Puspita, J. W., Maharani, L. S., & Kuncoroyakti, Y. A. (2022). Cyberbullying Di Media Sosial: Studi Netnografi Pada Komentar Akun Youtube Rahmawati Kekeyi Putri Cantikka. *Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 225-233.

bahan bacaan para peneliti yang akan datang untuk meneliti menggunakan aplikasi Neuka.

3. Positioning Research

Penelitian yang menjelaskan pariwisata masjid masih sangat terbatas, terlebih lagi yang fokus pada penjelasan karakteristik pariwisata masjid menurut wisatawan. Penelitian ini akan menutupi studi terdahulu dengan cara melengkapi literatur tentang karakteristik pariwisata masjid menurut wisatawan menggunakan database google place. Penggunaan database google place menggunakan netnografi yang masih sangat terbatas digunakan oleh peneliti-peneliti terdahulu. Terlebih lagi penelitian ini akan memanfaatkan aplikasi NEUKA.

Penelitian ini dinilai memiliki keunggulan atas penelitian-penelitian terdahulu, penelitian ini dinilai memiliki 3 (tiga) keunggulan atas penelitian-penelitian terdahulu: 1. Belum ada

penelitian yang menjelaskan kriteria pariwisata masjid menurut wisatawan. Dari pemetaan penelitian tentang pengelolaan wisata masjid menjadi tema yang paling banyak dikaji. 2. Belum adanya penelitian yang mengkaji menggunakan metode Netnografi menggunakan Google Place. Dari artikel dan jurnal yang sudah peneliti kaji masi kurangnya literatur mengenai penelitian menggunakan metode Netnografi menggunakan Goole Place, kebanyakan penelitian netnografi menggunakan aplikasi Instagram, dibuktikan dari 15 artikel yang sudah peneliti petakan. 3. Belum ada peneliti yang menjelaskan tentang metode netnografi menggunakan aplikasi NEUKA. Peneliti sudah menganalisi 36 jurnal dan artikel dan peneliti menemukan belum ada peneliti terdahulu yang mengkaji tentang metode netnografi menggukana aplikasi NEUKA, penelitian ini sangat penting karna menjadi bahan

acuan bagi peneliti selanjutnya dan bagi para pengurus masjid yang akan menjadikan masjid sebagai tempat wisata.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan uraian dari awal hingga akhir penelitian. Sistematika penulisan ini tersaji sebagai berikut:

- 1) BAB 1 Pendahuluan, terdiri dari latar belakang di mana dasar-dasar topik diskusi diangkat sebagai judul, informasi dan argumen dari peneliti dipertimbangkan, pernyataan masalah, yang memberikan gambaran tentang masalah yang akan diteliti. Definisi masalah menjelaskan bagaimana masalah dapat difokuskan dan tidak diperluas mengingat ruang lingkup penelitian.

Tujuan penelitian meliputi niat peneliti untuk melakukan penelitian. Kegunaan penelitian ditujukan untuk hasil akhir penelitian. Kajian sebelumnya, sebagai tambahan referensi bagi peneliti untuk

melakukan penelitian dan menulis klasifikasi, memuat penjelasan umum mengenai tahapan penelitian.

- 2) BAB 2 Landasan Teori, menggambarkan berbagai teori mengenai judul dalam penelitian ini yang terdiri dari pariwisata masjid dan indicator pariwisata masjid. Fungsi dari bab ini adalah untuk menjelaskan secara teoritik terkait landasan dasar penelitian sebagai alat analisis penelitian.
- 3) BAB 3 Metode Penelitian, yang terdiri dari jenis penelitian kualitatif dengan studi kasus tunggal, penjelasan judul, waktu penelitian dan lokasi penelitian, jadwal penelitian, sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, teknik keabsahan data, dan teknik analisis data.
- 4) BAB 4 Hasil dan Pembahasan, berisi mengenai hasil analisis penelitian di lapangan yang terdiri dari penjelasan hasil proses pengerjaan pengumpulan data menggunakan google place menggunakan aplikasi Neuka.

5) BAB 5 Penutup, dalam bab ini merupakan bagian akhir dari proses penulis dari bab sebelumnya, berisi kesimpulan ditarik dari permasalahan dan pembahasan yang ada, serta saran-saran yang diharapkan dapat membantu memecahkan masalah bagi pihak-pihak yang berkepentingan dan berguna bagi referensi penelitian selanjutnya.

