

**ANALISIS TERHADAP PENGGUNAAN APLIKASI DIGITAL
KOLABORATIF DI SEKTOR PARIWISATA YOGYAKARTA**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Memenuhi sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Bidang Sosiologi**

Disusun oleh:

Muhammad Ahlan Saputra

NIM 21107020074

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UIN SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2025

SURAT PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-2586/Un.02/DSH/PP.00.9/06/2025

Tugas Akhir dengan judul : ANALISIS TERHADAP PENGGUNAAN APLIKASI DIGITAL KOLABORATIF DI
SEKTOR PARIWISATA YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MUHAMMAD AHLAN SAPUTRA
Nomor Induk Mahasiswa : 21107020074
Telah diujikan pada : Selasa, 27 Mei 2025
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Ambar Sari Dewi, S.Sos., M.Si., Ph.D.
SIGNED

Valid ID: 6850070-23408



Penguji I

Dr. Andri Rosadi, M.Hum
SIGNED

Valid ID: 684696904748



Penguji II

Nisrina Muthahhari, M.A.
SIGNED

Valid ID: 684696904748



Yogyakarta, 27 Mei 2025
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Prof. Dr. Erika Setyanti Kusumaputri, S.Psi., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 68523675987

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Muhammad Ahlan Saputra
NIM : 21107020074
Program Studi : Sosiologi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi yang saya ajukan ini benar asli hasil karya ilmiah yang saya tulis sendiri bukan plagiasi dari karya atau penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 14 April 2025 Yang

Menyatakan,



M Ahlan Saputra

NIM: 21107020074

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

UIN Sunan Kalijaga

Di Yogyakarta

Assalamualaikum, Wr. Wb

Setelah memeriksa, mengerahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara :

Nama : Muhammad Ahlan Saputra

NIM : 21107020074

Prodi : Sosiologi

Judul : Analisis Terhadap Penggunaan Aplikasi Digital Kolaboratif di Sektor Pariwisata Yogyakarta

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi syarat memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Sosiologi. Dengan ini saya mengharapkan saudara tersebut segera dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam munaqosyah. Demikian atas perhatiannya, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum, Wr. Wb.

Yogyakarta, 13/09/2025

Pembimbing,



Ambar Sari Dewi, S.Sos., M.Si., P.hD.

NIP 19761210 200801 2 008

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

“Innallaha Ma’ashobirin”

“Yen Wani Ojo Wedi, Yen Wedi Ojo Wani”

“Urip Iku Urup”

“Wong Lanang Kui Tulang Punggung Ojo Gur Tulang Tulung”

“WONG LIO NGERTI OPO”



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Untuk karya yang sederhana ini, maka penulis persembahkan untuk :

1. Almamater Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Kedua Orang Tua penulis yang penulis sangat banggakan dan sayangi.
3. Seluruh Saudara, Sahabat dan Rekan yang penulis sayangi dan penulis banggakan.
4. Dan juga tidak lupa untuk diri saya sendiri, Muhammad Ahlan Saputra yang sampai saat ini masih bisa berdiri dengan tegak setelah berbagai rintangan.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan karunianya-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Analisis Terhadap Penggunaan Aplikasi Digital Kolaboratif Di Sektor Pariwisata Yogyakarta”**. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah limpahkan kepada nabi Muhammad SAW, keluarga dan sahabat-sahabatnya.

Skripsi ini penulis ajukan guna untuk memenuhi syarat memperoleh gelar strata satu di program studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa banyak pihak yang berkontribusi baik dari memberikan doa, bantuan, motivasi, kritik serta saran. Oleh sebab itu, penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada pihak yang berkontribusi dalam penyusunan skripsi ini baik yang secara langsung atau tidak langsung terutama kepada :

1. Bapak Prof. Noorhaidi, S.Ag., M.A., M.Phil., Ph.D. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta beserta jajarannya.
2. Ibu Dr. Erika Setyanti Kusumaputri, S.Psi., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.
3. Ibu Dr. Napsiah, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi Sosiologi sekaligus Dosen Pembimbing Akademik.
4. Ibu Ambar Sari Dewi, S.Sos., M.Si., Ph.D. selaku Dosen Pembimbing

Skripsi yang telah memberikan arahan, nasihat, saran serta dukungan dalam penulisan skripsi ini. Terima kasih atas segala tenaga, waktu dan pikiran ilmu akademis yang telah Ibu berikan kepada penulis.

5. Bapak Andri Rosadi, Ph.D. dan Ibu Nisrina Muthahari, S.Pd., M.A. selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan, arahan, nasihat, kritik dan saran kepada penulis sehingga skripsi ini jauh lebih baik lagi.
6. Bapak Bakri dan Ibu Sartini sebagai orang tua penulis yang telah memberikan cinta, dorongan serta dukungan tanpa henti dalam proses pencarian ilmu hingga terselesaikannya skripsi ini. Terima kasih atas setiap doa yang selalu terpanjatkan, harapan yang terus dipupuk dan kebahagiaan yang senantiasa diupayakan untuk penulis.
7. Elga Pingka Anjani, terimakasih atas segala hal yang telah diberikan kepada penulis selama 4 tahun sehingga penulis dapat menyelesaikan kuliah strata 1. Terimakasih untuk semua pelajaran hidup yang diberikan kepada penulis, semua akan selalu terkenang di hati. Semoga selalu dapat saling bertumbuh menjadi insan yang lebih baik.
8. Teman-teman penulis yang budiman dan baik hati yang telah mengarahkan dan selalu menemani di kala waktu susah maupun senang.
9. Para penghuni grup SPJ yang berbahagia, tidak lupa terimakasih diucapkan karena selalu ada untuk penulis dikala gabut.
10. Para pejuang KKN Desa Karang, Planjan, Saptosari terimakasih atas keluarga sementara walaupun hanya satu bulan tapi kalian adalah keluarga yang paling hangat.
11. Kepada seluruh warga Desa Babadan, terimakasih telah mengajarkan bagaimana kehidupan sosial yang sesungguhnya.
12. Narasumber wawancara, terimakasih sudah meluangkan waktu dan tempatnya memberikan jawaban pertanyaan untuk penelitian ini.

Akhir kata, penulis merasa skripsi ini masih jauh dari kata baik dan sempurna. Oleh sebab itu, penulis menerima saran dan kritikan yang membangun demi perbaikan skripsi ini.

Penyusun



Muhammad Ahlan Saputra
NIM : 21107020074



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

| | |
|---------------------------------------|-------------|
| SURAT PENGESAHAN..... | ii |
| SURAT PERNYATAAN KEASLIAN..... | iii |
| NOTA DINAS PEMBIMBING | iv |
| MOTTO | v |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | vi |
| KATA PENGANTAR..... | vii |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiii |
| ABSTRAK | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A Latar Belakang | 1 |
| B Rumusan Masalah..... | 7 |
| C Tujuan Penelitian | 7 |
| D Manfaat Penelitian..... | 8 |
| 1. Manfaat Teoritis | 8 |
| 2. Manfaat Praktis | 8 |
| E Tinjauan Pustaka | 9 |
| F Landasan Teori | 18 |
| 1. Definisi Konseptual..... | 18 |
| 2. Actor Network Theory | 24 |
| 3. Kerangka Berpikir..... | 30 |
| G Metode Penelitian | 31 |

| | |
|--|-----------|
| 1. Jenis Penelitian..... | 31 |
| 2. Subjek, Lokasi dan Waktu Penelitian..... | 34 |
| 3. Sumber Data..... | 39 |
| 4. Teknik Pengumpulan Data | 40 |
| 5. Analisis Data | 44 |
| H Sistematika Pembahasan..... | 45 |
| BAB II GAMBARAN UMUM SETTING PENELITIAN | 48 |
| A Industri Pariwisata di Indonesia..... | 48 |
| B Industri Pariwisata di Yogyakarta | 51 |
| C Perkembangan Aplikasi Digital Kolaboratif Untuk Pariwisata | 54 |
| D Profil Hotel Grand Rohan Jogja..... | 56 |
| E Guest House Kebun Raya..... | 58 |
| F Home Stay Garuda..... | 61 |
| G Profil Singkat Informan | 62 |
| BAB III PENERAPAN DAN PEMANFAATAN BERBAGAI APLIKASI DIGITAL KOLABORATIF DALAM PENGEMBANGAN SEKTOR PARIWISATA DI YOGYAKARTA..... | 66 |
| A Penggunaan Aplikasi Digital Kolaboratif..... | 66 |
| B Manfaat dan Dampak Penggunaan Aplikasi Digital Kolaboratif | 71 |
| C Kolaborasi dan Jaringan dalam Penggunaan Aplikasi Digital Kolaboratif..... | 78 |
| D Kendala dan Tantangan dalam Penggunaan Aplikasi Digital Kolaboratif | |

| | |
|---|------------|
| BAB IV DINAMIKA AKTOR DAN JARINGAN DALAM PEMANFAATAN APLIKASI DIGITAL | 89 |
| A Pemetaan Aktor yang Terlibat dalam Penggunaan Aplikasi Digital Kolaboratif di Sektor Pariwisata Yogyakarta..... | 89 |
| B Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi Digital Kolaboratif..... | 94 |
| C Persepsi dan Pengalaman Pengguna Aplikasi Digital Kolaboratif... | 97 |
| D. Analisis Teoritis Berdasarkan Pendekatan Actor-Network Theory (ANT)..... | 100 |
| BAB V PENUTUP..... | 106 |
| A. Kesimpulan..... | 106 |
| B. Saran | 108 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 110 |
| LAMPIRAN..... | 116 |

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
 YOGYAKARTA

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|-----|
| Gambar 2. 1 Grand Rohan Jogja | 57 |
| Gambar 2. 2 Guest House Kebun Raya | 59 |
| Gambar 2. 3 Home Stay Garuda | 61 |
| Gambar 4. 1 Etnografi Pemetaan Aktor | 106 |



ABSTRAK

Pada era modern ini, teknologi telah menjadi bagian yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Salah satu teknologi yang sedang mengalami pertumbuhan pesat adalah aplikasi digital kolaboratif. Aplikasi digital adalah sarana yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berbagi informasi dan bekerja sama dalam suatu lingkungan yang terintegrasi. Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang memiliki potensi besar dalam menggunakan aplikasi digital kolaboratif untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam berbisnis.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana penggunaan dan pemanfaatan aplikasi digital di sektor pariwisata Yogyakarta, mengetahui tantangan dan hambatan penggunaan aplikasi digital, pemetaan aktor yang terlibat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif berbasis studi kasus dengan pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teori ANT (Actor Network Theory).

Penelitian ini mendapatkan hasil bahwa penggunaan aplikasi digital kolaboratif sangat berpengaruh bagi penggunaannya. Penggunaan aplikasi memungkinkan pengguna berinteraksi secara tidak langsung namun tetap saling terhubung dengan pengguna aplikasi. Faktor seperti ketersediaan infrastruktur, tingkat literasi digital dan persaingan antar destinasi wisata menjadi faktor bagaimana adopsi penggunaan aplikasi digital di kalangan pengguna. Dampak yang signifikan juga sangat dirasakan oleh para pengguna terutamanya penyedia layanan akomodasi, mulai dari pemesanan hingga pendapatan yang mengalami perubahan. Tantangan dan hambatan yang dihadapi pengguna aplikasi yaitu adaptasi penggunaan aplikasi dan tantangan tersebut muncul dari kesalahan program aplikasi yang digunakan. Pemetaan aktor yang saling terlibat dalam proses penggunaan aplikasi digital.

Kata Kunci : *Aplikasi Digital, Pariwisata, Actor Network Theory, Yogyakarta*

BAB I

PENDAHULUAN

A Latar Belakang

Dalam era digital yang semakin berkembang, aplikasi digital kolaboratif telah menjadi elemen penting dalam berbagai sektor, termasuk pariwisata. Aplikasi digital kolaboratif adalah platform berbasis teknologi yang memungkinkan interaksi, berbagi informasi, serta transaksi antara penyedia layanan dan pengguna secara lebih efisien dan fleksibel. Beberapa contoh aplikasi yang telah memainkan peran signifikan dalam industri pariwisata global maupun nasional adalah Airbnb, TripAdvisor, Traveloka dan Booking.com. Aplikasi ini menawarkan berbagai fitur yang mempermudah wisatawan dalam merencanakan perjalanan, seperti pemesanan akomodasi, transportasi, rekomendasi tempat wisata, serta ulasan dari pengguna lain yang memberikan gambaran lebih jelas terkait pengalaman wisata yang akan mereka jalani. Keunggulan aplikasi digital kolaboratif terletak pada kemampuannya untuk menghubungkan wisatawan dengan penyedia layanan secara langsung, menghilangkan perantara, serta meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam perencanaan perjalanan wisata. Dengan kemajuan teknologi yang semakin pesat, penggunaan aplikasi ini terus meningkat seiring dengan perubahan pola konsumsi wisatawan yang

lebih mengandalkan teknologi dalam menentukan destinasi dan pengalaman perjalanan mereka.¹

Sektor pariwisata sendiri merupakan salah satu industri terbesar dan paling dinamis di dunia, yang mencakup berbagai aspek seperti perhotelan, transportasi, kuliner dan atraksi wisata. Pariwisata didefinisikan sebagai aktivitas perjalanan yang dilakukan oleh individu atau kelompok ke suatu tempat di luar lingkungan tempat tinggal mereka untuk tujuan rekreasi, bisnis, atau keperluan lainnya dalam jangka waktu tertentu. Menurut *World Tourism Organization* (UNWTO), pariwisata telah berkembang menjadi sektor yang memiliki dampak ekonomi yang signifikan, baik dalam hal penciptaan lapangan kerja, peningkatan devisa negara, maupun pengembangan infrastruktur. Di Indonesia, sektor pariwisata juga menjadi salah satu penyumbang utama pertumbuhan ekonomi. Di Indonesia, pariwisata menjadi salah satu penyumbang utama pertumbuhan ekonomi nasional. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) 2023, jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia meningkat menjadi 9,2 juta orang, dengan pendapatan sektor pariwisata mencapai USD 12,8 miliar. Selain itu, tingkat hunian hotel juga mengalami lonjakan, mencapai 75%, yang mencerminkan peningkatan permintaan terhadap layanan akomodasi di berbagai destinasi wisata. Pertumbuhan positif ini didorong oleh pengembangan destinasi wisata baru, peningkatan kualitas layanan pariwisata, serta kolaborasi yang semakin

¹ Ernawati, H., & Hananto, K. (2023). Pariwisata digital: Perspektif dan agenda riset masa depan. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 17(2), 144–156.

erat antara pelaku industri pariwisata dalam negeri dengan agen perjalanan internasional.²

Sektor pariwisata Yogyakarta merupakan salah satu sektor yang menjadi andalan dalam perekonomian daerah tersebut. Dikenal dengan kekayaan budaya, warisan sejarah dan keindahan alamnya, Yogyakarta menjadi tujuan wisata favorit baik bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Sektor pariwisata memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi daerah. Di Yogyakarta, pariwisata merupakan salah satu pilar utama pembangunan ekonomi. Berdasarkan data dari Dinas Pariwisata DIY, pada tahun 2023 tercatat sebanyak 5,3 juta wisatawan domestik dan 500 ribu wisatawan mancanegara mengunjungi Yogyakarta, dengan pendapatan sektor pariwisata mencapai Rp 12 triliun. Kontribusi sektor ini terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) DIY mencapai 16% pada tahun yang sama. Namun, dalam menghadapi perkembangan teknologi informasi yang begitu pesat, sektor pariwisata Yogyakarta perlu terus berinovasi serta beradaptasi untuk tetap relevan dan bersaing di era digital ini.³

Perkembangan teknologi informasi, khususnya internet, telah membawa perubahan mendasar dalam industri pariwisata dengan menciptakan pergeseran paradigma dalam cara wisatawan mencari, merencanakan dan melakukan transaksi perjalanan. Kini, wisatawan semakin

² Pratama, I., Az-Zahra, F., Wulandari, S. A., Ulhaq, A. S. D., & Monica, A. S. (2024). Analisis kunjungan wisatawan mancanegara 2022-2023. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 3(10), 1549-1553.

³ Badan Pusat Statistik DIY, "Statistik Ekonomi DIY," 2024.

mengandalkan aplikasi digital dan platform daring untuk memperoleh informasi destinasi, membandingkan harga, memesan akomodasi, serta mengatur transportasi dan aktivitas selama perjalanan mereka, yang menjadikan kecepatan, kemudahan dan kenyamanan sebagai faktor utama dalam pengambilan keputusan. Perubahan ini memaksa para pelaku industri pariwisata, termasuk di Yogyakarta, untuk beradaptasi dengan tren digitalisasi guna meningkatkan daya saing dan memastikan pengalaman wisata yang lebih responsif serta personal bagi konsumen. Kehadiran yang kuat di ranah digital, melalui situs web yang informatif, media sosial yang interaktif, hingga layanan pemesanan berbasis aplikasi, menjadi sebuah keharusan agar dapat menjangkau target pasar secara lebih luas serta memenuhi ekspektasi wisatawan yang semakin menuntut pelayanan yang cepat, efisien dan mudah diakses kapan saja. Tanpa inovasi dalam strategi pemasaran dan layanan berbasis teknologi, pelaku industri pariwisata berisiko tertinggal dalam persaingan yang semakin ketat di era digital ini.

Pariwisata merupakan salah satu sektor ekonomi yang mengalami transformasi signifikan akibat kemajuan teknologi digital, khususnya melalui aplikasi digital kolaboratif yang telah mengubah cara wisatawan merencanakan dan menikmati perjalanan mereka. Jika sebelumnya agen perjalanan berperan sebagai perantara utama antara wisatawan dan penyedia layanan, kini aplikasi digital kolaboratif memungkinkan interaksi langsung antara kedua pihak tanpa perantara, sehingga menciptakan pengalaman yang lebih fleksibel dan efisien. Aplikasi seperti Airbnb, TripAdvisor, Traveloka dan Booking.com telah menjadi andalan bagi wisatawan modern dalam

mencari akomodasi, tiket transportasi, hingga rekomendasi tempat wisata berdasarkan ulasan dan pengalaman pengguna lain. Dengan fitur yang memungkinkan pengguna untuk membandingkan harga, membaca ulasan secara real-time, serta mendapatkan rekomendasi personalisasi, aplikasi-aplikasi ini tidak hanya meningkatkan kenyamanan wisatawan dalam merencanakan perjalanan, tetapi juga mendorong persaingan sehat di antara penyedia layanan pariwisata untuk terus meningkatkan kualitas dan inovasi mereka. Selain itu, keberadaan teknologi digital ini juga mendukung ekonomi berbagi (sharing economy), dimana individu dapat menyewakan properti pribadi mereka sebagai akomodasi atau menawarkan layanan wisata secara langsung kepada pelancong, sehingga menciptakan peluang ekonomi baru di berbagai lapisan masyarakat.⁴

Aplikasi digital kolaboratif yang digunakan dalam industri pariwisata memiliki karakteristik yang beragam tergantung pada fokus layanan dan segmen pasarnya. Misalnya, Traveloka merupakan platform yang berfokus pada layanan pemesanan tiket dan akomodasi berbasis agregator. Traveloka menasar segmen pasar wisatawan domestik dan regional Asia Tenggara, dengan cakupan layanan meliputi pemesanan tiket pesawat, hotel, aktivitas liburan, hingga transportasi darat seperti kereta dan bus.⁵

Sementara itu, Airbnb hadir sebagai platform berbasis sharing economy, yang menghubungkan langsung antara pemilik properti (host) dan

⁴ Sigala, M. (2015). *Collaborative commerce in tourism: Implications for research and industry. Current Issues in Tourism*, 18(11), 1025–1035

⁵ YouGov, *Booking Burnout: Indonesia Travel Stress Report 2025*, diakses dari www.yougov.com, 2025.

penyewa (guest) secara peer-to-peer. Segmen utama Airbnb adalah wisatawan global yang mencari pengalaman lokal dan akomodasi yang lebih personal seperti rumah atau apartemen. Layanan Airbnb tidak hanya mencakup penginapan, tetapi juga pengalaman lokal melalui fitur “Airbnb Experiences” yang melibatkan warga lokal sebagai pemandu kegiatan.⁶

Di sisi lain, Tiket.com memiliki layanan serupa dengan Traveloka, namun lebih terfokus pada pengguna domestik Indonesia, dan dikenal karena pendekatan promosi agresif serta kemitraan dengan penyedia transportasi nasional. Tiket.com menyediakan pemesanan tiket pesawat, kereta, hotel, hingga sewa mobil, dan berperan besar dalam meningkatkan digitalisasi perjalanan dalam negeri.⁷ Ketiga aplikasi ini memiliki peran signifikan dalam membentuk ekosistem digital pariwisata di Yogyakarta dengan model bisnis yang berbeda namun saling melengkapi.

Meskipun pertumbuhan dan adopsi aplikasi digital dalam sektor pariwisata telah berkembang pesat, masih terdapat keterbatasan dalam pemahaman mengenai dampak serta implikasi penggunaannya secara menyeluruh. Sejauh ini, sebagian besar penelitian tentang aplikasi digital kolaboratif cenderung lebih berfokus pada aspek ekonomi, seperti peningkatan pendapatan bagi penyedia layanan dan kualitas akomodasi yang ditawarkan kepada wisatawan, sementara aspek sosial serta pengalaman pengguna belum mendapatkan perhatian yang memadai. Padahal, pemahaman yang lebih komprehensif mengenai dinamika penggunaan

⁶ Airbnb, 2023 *Asia-Pacific Economic Impact Report*, Airbnb Press Room, 2023.

⁷ Tiket.com, *Company Profile & Partner Insight*, Tiket.com Official Publication, 2024

aplikasi ini sangat penting untuk mengidentifikasi tantangan yang dihadapi dalam pengembangannya serta peluang yang dapat dimanfaatkan guna meningkatkan kualitas layanan di sektor pariwisata. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi lebih dalam penggunaan dan perkembangan aplikasi digital kolaboratif di sektor pariwisata Yogyakarta, termasuk berbagai kendala yang muncul dalam proses implementasinya serta potensi inovasi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan daya tarik dan efisiensi industri pariwisata. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh wawasan yang lebih luas tentang bagaimana aplikasi digital dapat berkontribusi dalam mempercepat modernisasi sektor pariwisata Yogyakarta, menjadikannya lebih kompetitif, efisien dan selaras dengan perkembangan teknologi di era digital.

B Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut:

Bagaimana penerapan dan pemanfaatan berbagai aplikasi digital kolaboratif dalam pengembangan sektor pariwisata di Yogyakarta?

C Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dirumuskan, adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Memetakan pihak-pihak yang terlibat dalam penggunaan aplikasi digital kolaboratif, termasuk peran, tanggung jawab dan hubungan antar aktor dalam pengelolaan destinasi wisata.

2. Menganalisis bagaimana aplikasi digital kolaboratif digunakan dalam kegiatan operasional sehari-hari.
3. Mengkaji faktor-faktor yang mendorong dan menghambat adopsi penggunaan aplikasi digital kolaboratif dalam konteks destinasi wisata.

D Manfaat Penelitian

Dalam penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, terdapat manfaat teoritis dan manfaat praktis sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan teoritis yang berfokus pada aspek sosiologi ekonomi dan sosiologi pariwisata. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang mengangkat tema serupa. Secara akademis, penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi dalam bidang sosiologi, khususnya dalam menemukan solusi terhadap permasalahan ekonomi yang dihadapi oleh pelaku usaha di sektor pariwisata Yogyakarta di era digital.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan lebih mengenai bagaimana penggunaan platform kolaboratif di sektor pariwisata yogyakarta terutama pada pengelola destinasi wisata dan penyedia jasa layanan akomodasi seperti pemilik hotel

dan home stay. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bagaimana gambaran sosial terkait penggunaan platform kolaboratif di sektor pariwisata.

E Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka bertujuan untuk memberikan pengetahuan atau gambaran umum kepada pembaca terkait penelitian yang pernah dilakukan oleh peneliti terdahulu. Sehingga pembaca dapat mengetahui bagian-bagian yang belum pernah diteliti dan bisa memposisikan dirinya, supaya tidak ada kesamaan dengan penelitian terdahulu. Adapun penelitian yang dapat dianggap serupa dan relevan sebagai bahan acuan bagi penelitian yang akan dilakukan sebagai berikut:

Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Farid dengan judul *Pelestarian Warisan Sejarah Melalui Sinergi Antar-Stakeholder dan Digitalisasi Warisan Sebagai Model Pengembangan Pariwisata Banda Naira* membahas bagaimana sinergi antar-stakeholder berperan dalam pelestarian warisan sejarah. Studi ini mengungkap bahwa kerja sama antara pemerintah, masyarakat dan sektor swasta dapat meningkatkan efektivitas pengelolaan situs sejarah. Digitalisasi warisan budaya juga menjadi strategi penting dalam menarik wisatawan, terutama generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi. Penelitian ini menunjukkan bahwa aplikasi digital dapat digunakan untuk mendokumentasikan dan mempromosikan destinasi sejarah secara lebih luas. Selain itu, digitalisasi juga memungkinkan interaksi yang lebih dinamis antara pengunjung dan pengelola situs sejarah. Penelitian ini relevan

dengan penelitian yang sedang dilakukan karena membahas peran teknologi dalam industri pariwisata. Namun, fokus utamanya lebih pada pelestarian sejarah, sedangkan penelitian yang dilakukan saat ini lebih menitikberatkan pada penggunaan aplikasi digital kolaboratif di sektor pariwisata.⁸

Penelitian oleh Erica Indah Maulia dan Budi Setiyono yang berjudul *Collaborative Governance Dalam Pengembangan Desa Wisata Nglanggeran: Analisis Dampak Digitalisasi Desa Wisata* menyoroti pentingnya kolaborasi dalam pengembangan desa wisata. Studi ini menemukan bahwa kerja sama antara pemerintah, komunitas lokal dan pelaku usaha sangat menentukan keberhasilan pengelolaan desa wisata. Digitalisasi menjadi faktor utama yang membantu promosi dan pemasaran destinasi wisata secara lebih efektif. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial dan aplikasi digital dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Dengan adanya *collaborative governance*, desa wisata dapat berkembang secara berkelanjutan dengan manfaat ekonomi yang lebih merata. Penelitian ini memiliki relevansi dengan penelitian yang sedang dilakukan, terutama dalam hal penggunaan teknologi dalam pariwisata. Namun, penelitian ini lebih berfokus pada satu desa wisata tertentu, sedangkan penelitian yang dilakukan mencakup penggunaan aplikasi digital kolaboratif dalam sektor pariwisata secara lebih luas.⁹

⁸ Farid, M. (2020). *Pelestarian Warisan Sejarah Melalui Sinergi Antar-Stakeholder dan Digitalisasi Warisan Sebagai Model Pengembangan Pariwisata Banda Naira*. Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora.

⁹ Maulia, E. I., & Setiyono, B. (2021). *Collaborative Governance dalam Pengembangan Desa Wisata Nglanggeran: Analisis Dampak Digitalisasi Desa Wisata*. Jurnal FISIP Undip.

Penelitian oleh Novayanti Sopia Rukmana, Risma Niswaty dan Andi Cudai Nur dalam artikelnya *Urgensi Manajemen Pariwisata Berbasis Teknologi Informasi dalam Mendukung Pariwisata Berkelanjutan di Kabupaten Majene* membahas bagaimana teknologi informasi dapat mendukung keberlanjutan industri pariwisata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital dapat meningkatkan daya saing sektor pariwisata di Kabupaten Majene. Studi ini juga mengungkap bahwa pelatihan kepada masyarakat, khususnya generasi muda, sangat diperlukan agar mereka mampu memanfaatkan teknologi dalam mengembangkan pariwisata lokal. Salah satu aspek penting dalam penelitian ini adalah peningkatan kapasitas sumber daya manusia dalam mengelola aplikasi digital. Penelitian ini relevan dengan penelitian yang dilakukan karena membahas penggunaan teknologi dalam pariwisata. Namun, fokus utama penelitian ini lebih pada pengembangan keterampilan masyarakat dalam teknologi, sedangkan penelitian yang sedang dilakukan lebih menyoroti penggunaan aplikasi digital kolaboratif dalam pengelolaan pariwisata. Oleh karena itu, meskipun memiliki kesamaan dalam aspek digitalisasi, fokus dan objek penelitian sedikit berbeda.¹⁰

Penelitian oleh Tito Mariano Yesayabela, Farhan Ramadany Satyas, Moh. Musleh dan Budi Rianto dengan judul *Kolaborasi Model Pentahelix dalam Pengembangan Desa Wisata Pandean Kecamatan Gondang Kabupaten Trenggalek* membahas bagaimana model Pentahelix dapat

¹⁰ Rukmana, N. S., Niswaty, R., & Nur, A. C. (2023). *Urgensi Manajemen Pariwisata Berbasis Teknologi Informasi dalam Mendukung Pariwisata Berkelanjutan di Kabupaten Majene*. Jurnal Pengabdian Masyarakat.

diterapkan dalam pengembangan desa wisata. Model ini melibatkan lima unsur utama, yaitu pemerintah, akademisi, komunitas, bisnis dan media dalam meningkatkan daya tarik desa wisata. Penelitian ini menemukan bahwa sinergi antar aktor ini dapat mempercepat pertumbuhan sektor pariwisata lokal. Studi ini juga menunjukkan bahwa keterlibatan aktif masyarakat dalam promosi dan pengelolaan wisata sangat penting untuk keberlanjutan jangka panjang. Penggunaan teknologi digital dalam pemasaran desa wisata juga dianggap sebagai salah satu strategi yang efektif. Penelitian ini memiliki relevansi dengan penelitian yang sedang dilakukan karena sama-sama membahas peran kolaborasi dalam sektor pariwisata. Namun, penelitian ini lebih spesifik membahas model Pentahelix, sementara penelitian yang dilakukan lebih menyoroti peran aplikasi digital kolaboratif dalam industri pariwisata secara lebih luas.¹¹

Penelitian oleh Dea Febrian, Anissa Risqi A, Maya Selvia, Aprillia Christine, Fay Hurin'in, Ansory Makruf, Dias Ilyasa, Fida Choirul, Farel Braga, Ricko Putra dan Regif Intan dengan judul *Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam Upaya Peningkatan Sanggraloka Sekar Wilis Sebagai Objek Wisata di Desa Kesugihan Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo* meneliti bagaimana teknologi informasi dapat meningkatkan daya tarik destinasi wisata. Studi ini menunjukkan bahwa pembuatan website khusus untuk promosi wisata dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan secara signifikan. Selain itu, media sosial juga menjadi alat yang efektif dalam

¹¹ Yesayabela, T. M., Satyas, F. R., Musleh, M., & Rianto, B. (2023). *Kolaborasi Model Pentahelix dalam Pengembangan Desa Wisata Pandean Kecamatan Gondang Kabupaten Trenggalek*. Jurnal Administrasi Publik. h-21

menyebarluaskan informasi mengenai destinasi wisata lokal. Penelitian ini mengungkap bahwa dukungan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah dan masyarakat setempat, diperlukan dalam optimalisasi teknologi untuk pariwisata. Studi ini relevan dengan penelitian yang dilakukan karena membahas bagaimana digitalisasi dapat membantu sektor pariwisata. Namun, penelitian ini lebih terfokus pada pengembangan destinasi wisata tertentu, sementara penelitian yang sedang dilakukan lebih menyoroti peran aplikasi digital kolaboratif dalam pengelolaan destinasi wisata secara lebih luas.¹²

Penelitian oleh Herman Yuliansyah, Surahma Asti Mulasari, Fatwa Tentama, Sulistyawati, Lu'lu' Nafiati dan Tri Wahyuni Sukesni dalam artikel berjudul *Pengembangan dan Pemanfaatan Platform Digital untuk Desa Wisata di Desa Ngoro-oro Gunungkidul* menyoroti bagaimana platform digital dapat digunakan untuk mendukung pengelolaan desa wisata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dan website dapat membantu pemasaran produk lokal serta menarik lebih banyak wisatawan. Studi ini juga menyoroti pentingnya peningkatan keterampilan masyarakat dalam mengelola teknologi digital. Penelitian ini relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan karena membahas penggunaan teknologi dalam pariwisata. Namun, penelitian ini lebih berfokus pada pemberdayaan masyarakat dalam penggunaan teknologi, sedangkan penelitian yang dilakukan lebih menyoroti penggunaan platform kolaboratif dalam sektor

¹² Febrian, D., Risqi A., A., Selvia, M., Christine, A., Hurin'in, F., Makruf, A., Ilyasa, D., Choirul, F., Braga, F., Putra, R., & Intan, R. (2022). *Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam Upaya Peningkatan Sanggraloka Sekar Wilis Sebagai Objek Wisata di Desa Kesugihan Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo*. Prosiding Kolaborasi Dosen dan Mahasiswa.

pariwisata secara lebih luas. Oleh karena itu, meskipun terdapat kesamaan dalam aspek teknologi, fokus utama penelitian sedikit berbeda.¹³

Penelitian oleh Argyo Demartoto dengan judul *Pengembangan Digitalisasi Pariwisata Berbasis Collaborative Governance* mengkaji bagaimana digitalisasi dapat diterapkan dalam pengelolaan sektor pariwisata. Studi ini menemukan bahwa keberhasilan digitalisasi sangat bergantung pada kerja sama antara pemerintah, sektor swasta, pelaku wisata dan masyarakat. Pendekatan collaborative governance menjadi strategi utama dalam pengelolaan destinasi wisata secara digital. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa tantangan utama dalam digitalisasi pariwisata adalah kesiapan sumber daya manusia dan infrastruktur teknologi. Studi ini relevan dengan penelitian yang dilakukan karena membahas konsep kolaborasi dalam digitalisasi pariwisata. Namun, penelitian ini lebih menitikberatkan pada aspek kebijakan dan tata kelola, sedangkan penelitian yang sedang dilakukan lebih berfokus pada bagaimana platform kolaboratif digunakan dalam operasional sektor pariwisata. Oleh karena itu, meskipun memiliki kesamaan konsep, terdapat perbedaan dalam cakupan dan fokus penelitian.¹⁴

Penelitian oleh Muhammad Syahwildan, Widiastuti dan Indra Setiawan yang berjudul *Membangun Jaringan Kolaboratif UMKM Kerajinan Bambu Melalui Platform Digital di Desa Karangmulya* membahas bagaimana platform digital dapat membantu meningkatkan pemasaran

¹³ Yuliansyah, H., Mulasari, S. A., Tentama, F., Sulistyawati, Nafiati, L., & Sukes, T. W. (2022). *Pengembangan dan Pemanfaatan Platform Digital untuk Desa Wisata di Desa Nggoro-oro Gunungkidul*. Indonesian Journal of Community Service and Innovation (IJCOSIN).

¹⁴ Demartoto, A. (2023). *Pengembangan Digitalisasi Pariwisata Berbasis Collaborative Governance*. Konferensi Nasional Sosiologi X APSSI.

produk UMKM. Studi ini menunjukkan bahwa penggunaan e-commerce, seperti Shopee dan marketplace lainnya, dapat memperluas jangkauan pasar bagi pengrajin bambu lokal. Dengan adanya digitalisasi, produk kerajinan bambu yang sebelumnya hanya dipasarkan secara konvensional kini dapat menjangkau konsumen di berbagai daerah. Penelitian ini juga menyoroti pentingnya pelatihan dan pendampingan kepada para pelaku UMKM agar mereka dapat mengoptimalkan teknologi digital dalam strategi pemasaran. Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa kerja sama dengan pemerintah dan komunitas bisnis sangat membantu dalam mempercepat adopsi teknologi digital bagi UMKM. Penelitian ini relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan karena sama-sama membahas pemanfaatan teknologi digital dalam sektor ekonomi. Namun, penelitian ini lebih berfokus pada UMKM dan pemasaran produk, sedangkan penelitian yang dilakukan lebih menyoroti penggunaan platform kolaboratif dalam industri pariwisata secara keseluruhan.¹⁵

Penelitian oleh Anita Bosawer, Gunawan Santoso, Darmita Wuriani, Ayu Yuniar Anggo dan Nurwahidah yang berjudul *Strategi Pemulihan Sektor Pariwisata Melalui Model Kreatif, Inovasi dan Problem Solving di Kabupaten Raja Ampat* meneliti bagaimana strategi kreatif dapat membantu pemulihan sektor pariwisata pasca pandemi. Studi ini menemukan bahwa pendekatan berbasis inovasi sangat diperlukan untuk menarik kembali wisatawan setelah adanya penurunan drastis akibat pandemi COVID-19.

¹⁵ Syahwildan, M., Widiastuti, & Setiawan, I. (2024). *Membangun Jaringan Kolaboratif UMKM Kerajinan Bambu Melalui Platform Digital di Desa Karangmulya*. Jurnal Lentera Pengabdian.

Penelitian ini juga menyoroti peran teknologi digital dalam memfasilitasi promosi dan reservasi destinasi wisata secara lebih efektif. Selain itu, model problem-solving yang diterapkan melibatkan kolaborasi antara pemerintah, komunitas lokal dan pelaku industri wisata dalam merancang strategi adaptasi terhadap perubahan tren wisata. Salah satu temuan utama dalam penelitian ini adalah bahwa wisata berbasis keberlanjutan dan pengalaman unik menjadi faktor kunci dalam menarik minat wisatawan pasca pandemi. Penelitian ini memiliki relevansi dengan penelitian yang sedang dilakukan karena membahas bagaimana digitalisasi dan strategi kolaboratif dapat memperkuat sektor pariwisata. Namun, penelitian ini lebih menitikberatkan pada strategi pemulihan pascapandemi, sedangkan penelitian yang dilakukan lebih menyoroti bagaimana platform kolaboratif digunakan dalam pengelolaan destinasi wisata secara lebih luas.¹⁶

Penelitian oleh Akmalia Hermastutii dan Dian Eka Rahmawati membahas penggunaan Instagram dan TikTok sebagai media komunikasi pemerintah dalam mempromosikan pariwisata di DIY. Studi ini menyoroti peran Dinas Pariwisata DIY dan Dinas Komunikasi dan Informasi dalam menyampaikan konten promosi melalui akun @visitingjogja. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan kedua platform ini efektif dalam menarik minat wisatawan. Namun, penelitian ini hanya berfokus pada Instagram dan TikTok, sehingga belum mengkaji platform lain seperti YouTube atau Facebook. Selain itu, dampak penggunaan media sosial terhadap peningkatan

¹⁶ Bosawer, A., Santoso, G., Wuriyani, D., Anggo, A. Y., & Nurwahidah. (2023). *Strategi Pemulihan Sektor Pariwisata Melalui Model Kreatif, Inovasi dan Problem Solving di Kabupaten Raja Ampat*. Jurnal Pendidikan Transformatif (JPT).

pendapatan daerah belum dianalisis secara mendalam. Penelitian ini relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan karena sama-sama membahas teknologi dalam promosi wisata. Perbedaannya, penelitian yang akan dilakukan mencakup lebih banyak platform digital serta dampaknya terhadap strategi promosi dan pendapatan daerah.¹⁷

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa terdapat kesamaan tema penelitian, yaitu penggunaan aplikasi digital dalam pengelolaan sektor pariwisata. Namun, penelitian ini memiliki fokus yang berbeda dengan penelitian sebelumnya, terutama dalam hal lokasi penelitian yang dilakukan di Yogyakarta serta objek penelitian yang berfokus pada penggunaan aplikasi digital kolaboratif dalam industri pariwisata. Beberapa penelitian terdahulu lebih menitikberatkan pada digitalisasi desa wisata, model *collaborative governance* dan pemanfaatan teknologi untuk pengembangan UMKM, sementara penelitian ini lebih memfokuskan pada bagaimana aplikasi digital kolaboratif digunakan oleh pelaku industri pariwisata, termasuk pengelola destinasi wisata dan penyedia akomodasi. Selain itu, penelitian ini akan mengkaji bagaimana aplikasi digital seperti Traveloka, Airbnb dan media sosial digunakan dalam meningkatkan daya tarik destinasi wisata serta keterlibatan berbagai pemangku kepentingan dalam ekosistem pariwisata Yogyakarta. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru mengenai efektivitas

¹⁷ Hermastuti, A. dan Dian. 2024. Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Komunikasi Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta Untuk Promosi Wisata. Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (JISIP)

penggunaan aplikasi digital kolaboratif serta faktor-faktor yang mendukung dan menghambat digitalisasi dalam sektor pariwisata di Yogyakarta.

F Landasan Teori

1. Definisi Konseptual

Definisi konseptual adalah unsur penelitian yang menjelaskan tentang karakteristik sesuatu masalah yang hendak diteliti. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, dapat dikemukakan definisi konseptual dari masing-masing variabel, sebagai berikut:

a. Aplikasi Digital Kolaboratif

Aplikasi digital kolaboratif merupakan sebuah sistem atau aplikasi digital yang memungkinkan berbagai pihak untuk bekerja sama dalam mencapai tujuan tertentu, berbagi informasi, serta menyelesaikan tugas secara efisien dan efektif. Aplikasi digital ini memfasilitasi interaksi dan koordinasi antar individu atau kelompok melalui fitur-fitur seperti berbagi dokumen, komunikasi real-time, manajemen proyek dan integrasi berbagai alat kerja lainnya.

Menurut John Houghton (2009), "Aplikasi digital kolaboratif adalah suatu lingkungan digital yang dirancang untuk mendukung kerja sama antara individu dan kelompok dengan menyediakan alat dan layanan yang memfasilitasi komunikasi, koordinasi dan kolaborasi".¹⁸

¹⁸ Jhon Haughton. "ICT and the Environment in Developing Countries: An Overview of Opportunities and Developments". 2009

Aplikasi digital kolaboratif merupakan platform berbasis teknologi yang memungkinkan adanya kerja sama lintas aktor dalam suatu sistem digital yang terintegrasi. Istilah *kolaboratif* mengacu pada fitur-fitur interaktif yang tidak hanya menyediakan layanan satu arah dari penyedia ke pengguna, melainkan membuka ruang partisipasi, pertukaran informasi, dan pengambilan keputusan bersama oleh berbagai pihak.¹⁹ Karakteristik utama dari aplikasi digital kolaboratif meliputi:

1. **Interaktivitas dua arah:** memungkinkan pengguna (wisatawan) dan penyedia layanan (misalnya pemilik homestay) saling memberi umpan balik melalui sistem ulasan atau komentar.
2. **Berbasis komunitas:** aplikasi seperti TripAdvisor atau Airbnb mengandalkan kekuatan komunitas dalam membangun reputasi dan kredibilitas layanan melalui sistem rating dan testimoni.
3. **Transparansi dan akses terbuka:** pengguna dapat membandingkan layanan, harga, lokasi, serta membaca pengalaman pengguna lain sebelum membuat keputusan.
4. **Co-creation value:** pengalaman wisata dibentuk tidak hanya oleh penyedia layanan, tetapi juga oleh partisipasi aktif wisatawan dalam memberikan saran, berbagi foto, atau bahkan ikut mempromosikan destinasi melalui media sosial.

Dalam konteks ini, aplikasi digital kolaboratif tidak hanya berfungsi sebagai alat transaksi, tetapi sebagai ruang digital tempat

¹⁹ Buhalis, D., & Sinarta, Y. (2019). Real-time co-creation and nowness service: Lessons from tourism and hospitality. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(5), 563–582.

berbagai aktor berinteraksi dan saling memengaruhi. Platform seperti Traveloka, Airbnb, Tiket.com, hingga Google Maps menciptakan ekosistem kolaboratif yang memungkinkan penyedia jasa, pemerintah daerah, dan wisatawan saling terhubung dalam pengelolaan dan promosi destinasi wisata secara real-time dan terdesentralisasi.

Konsep ini juga selaras dengan prinsip ekonomi berbagi (*sharing economy*), dimana individu dapat berperan sebagai penyedia layanan tanpa harus melalui lembaga formal. Artinya, siapa pun dapat berkontribusi dalam industri pariwisata secara langsung melalui platform digital yang bersifat terbuka dan kolaboratif, baik sebagai penyedia homestay, pengemudi lokal, pemandu wisata, maupun pelaku ekonomi kreatif.²⁰

Dalam konteks sektor pariwisata di Yogyakarta, penggunaan aplikasi digital kolaboratif memiliki potensi besar untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memperkuat hubungan antara pelaku industri pariwisata. Pariwisata adalah sektor yang sangat dinamis dan kompleks, melibatkan berbagai pemangku kepentingan seperti pemerintah, pengusaha hotel, agen perjalanan, pemandu wisata, serta wisatawan itu sendiri. Aplikasi digital kolaboratif dapat membantu menyatukan berbagai pihak ini, memungkinkan mereka untuk berbagi informasi secara real-time,

²⁰ Nugroho, Yanuar. "Ekonomi Berbagi: Disrupsi Digital dan Transformasi Sosial di Indonesia." *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* 22, no. 2 (2019): 87–102.

mengoordinasikan kegiatan dan memberikan layanan yang lebih baik kepada wisatawan.²¹

Contoh penerapan aplikasi digital kolaboratif di sektor pariwisata Yogyakarta bisa dilihat dari kerja sama antara pemerintah daerah dengan penyedia layanan digital seperti Traveloka dan Airbnb. Dalam penelitian ini, Traveloka, Airbnb, dan Tiket.com digunakan sebagai contoh platform kolaboratif yang dianalisis karena representatif dalam menggambarkan dua model utama dalam ekosistem pariwisata digital. Ketiganya memiliki fungsi serupa, yaitu menghubungkan penyedia layanan wisata dan konsumen secara langsung melalui teknologi digital, menyediakan sistem reservasi, ulasan pengguna, serta fitur pencarian dan promosi.

Namun demikian, terdapat perbedaan mendasar dalam model interaksinya. Traveloka dan Tiket.com menerapkan pendekatan agregator, di mana transaksi dikelola dan dijamin melalui sistem terpusat yang menstandarkan layanan. Di sisi lain, Airbnb mengadopsi pendekatan peer-to-peer berbasis sharing economy, yang memberikan kontrol lebih besar kepada pengguna dan penyedia secara langsung dalam mengatur harga, jadwal, dan komunikasi.²²

²¹ Dinas Pariwisata DIY. (2024). *Integrasi teknologi dalam sektor pariwisata Yogyakarta*. Yogyakarta: Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta

²² Hamari, J., Sjöklint, M., & Ukkonen, A. (2016). The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 67(9), 2047–2059.

Perbedaan struktur ini berpengaruh pada relasi sosial yang terbentuk: di platform aggregator, aktor teknologi memegang peran sentral dalam mengatur relasi antar pengguna; sedangkan di platform peer-to-peer, relasi lebih fleksibel namun bergantung pada kepercayaan dan partisipasi aktif antar pengguna.²³ Dengan memahami persamaan dan perbedaan ini, penelitian dapat menguraikan bagaimana karakteristik masing-masing platform membentuk pola kolaborasi dan dinamika jaringan aktor dalam konteks pariwisata Yogyakarta.

Melalui kolaborasi ini, informasi mengenai destinasi wisata, akomodasi dan event lokal dapat diakses dengan mudah oleh wisatawan, meningkatkan kenyamanan dan pengalaman berwisata mereka. Dengan demikian, aplikasi digital kolaboratif menawarkan solusi yang potensial untuk meningkatkan kinerja sektor pariwisata di Yogyakarta. Melalui integrasi teknologi dan kolaborasi yang lebih baik, diharapkan industri pariwisata dapat berkembang lebih pesat dan memberikan manfaat ekonomi yang lebih besar bagi masyarakat lokal.²⁴

b. Sektor Pariwisata

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor ekonomi yang vital di berbagai negara, termasuk Indonesia, yang memiliki potensi

²³ Sundararajan, Arun. *The Sharing Economy: The End of Employment and the Rise of Crowd-Based Capitalism*. MIT Press, 2016.

²⁴ Manaf, A., Purbasari, N., Damayanti, M., Aprilia, N., & Astuti, W. (2018). Community-based rural tourism in inter-organizational collaboration: How does it work sustainably? *Sustainability*, 10(7), 2142.

besar dalam meningkatkan pendapatan nasional dan lokal, serta menciptakan lapangan kerja. Salah satu definisi yang komprehensif mengenai sektor pariwisata dikemukakan oleh Mathieson dan Wall dalam bukunya yang berjudul *Tourism: Economic, Physical, and Social Impacts* (1982). Menurut mereka, pariwisata sebagai sebuah pergerakan sementara orang-orang ke destinasi-destinasi di luar tempat tinggal dan tempat kerja mereka yang biasa, kegiatan-kegiatan yang mereka lakukan selama berada di destinasi-destinasi tersebut dan fasilitas-fasilitas yang mereka gunakan untuk memenuhi kebutuhan mereka.²⁵

Sektor pariwisata mencakup berbagai macam kegiatan yang mencakup perjalanan, akomodasi, kuliner, atraksi wisata dan kegiatan lainnya yang bertujuan untuk rekreasi, bisnis, atau keperluan lainnya. Dalam konteks ekonomi, pariwisata memberikan kontribusi yang signifikan melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat lokal dan pemasukan devisa bagi negara.

Sektor pariwisata memiliki peran penting dalam perekonomian, baik secara nasional maupun lokal. Penggunaan aplikasi digital kolaboratif di sektor pariwisata Yogyakarta menawarkan berbagai peluang dan tantangan. Untuk memaksimalkan manfaat dari aplikasi ini, penting bagi semua pemangku kepentingan untuk bekerja sama dalam menciptakan

²⁵ Mathieson, A., & Wall, G. (1982). *Tourism: Economic, physical, and social impacts*. Longman.

regulasi yang tepat dan mengembangkan strategi yang berkelanjutan.

2. Actor Network Theory

Bruno Latour adalah seorang filsuf dan sosiolog Prancis yang terkenal karena kontribusinya dalam bidang studi sains dan teknologi. Lahir pada tanggal 22 Juni 1947, Latour memulai karier akademiknya dengan meneliti antropologi laboratorium dan kemudian berkembang menjadi salah satu pemikir utama dalam Teori Actor-Network (ANT). Dia memperoleh gelar Ph.D. dari Universitas Tours dan mengajar di beberapa institusi terkemuka, termasuk École des Mines de Paris dan Sciences Po Paris. Karya-karya Latour sangat berpengaruh dalam memahami dinamika sosial teknologi dan bagaimana objek-objek material berperan dalam pembentukan struktur sosial.

Teori *Actor-Network* (ANT) pertama kali diperkenalkan oleh Bruno Latour bersama dengan koleganya, Michel Callon dan John Law, pada akhir 1980-an. ANT merupakan pendekatan dalam studi sains dan teknologi yang melihat dunia sosial sebagai jaringan yang dibangun oleh aktor-aktor heterogen. Aktor dalam konteks ANT tidak terbatas pada manusia saja, tetapi juga mencakup entitas non-manusia seperti teknologi, objek material dan organisasi.²⁶ Teori ini menantang pandangan konvensional yang memisahkan antara sosial dan teknis, menekankan bahwa keduanya saling terjalin dan tidak dapat dipisahkan.

²⁶ Bruno Latour, *Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network-Theory* (Oxford: Oxford University Press, 2005), hlm. 74–120

pemerintah dapat mempengaruhi destinasi mana yang dapat diakses dan bagaimana infrastruktur pariwisata dibangun.

Dalam kerangka Actor-Network Theory (ANT), konsep aktor tidak terbatas pada manusia (human), tetapi juga mencakup entitas non-manusia (non-human) yang memiliki kemampuan untuk bertindak dan mempengaruhi jaringan sosial.²⁸

Aktor manusia meliputi individu atau kelompok seperti pengelola hotel, pemilik homestay, pengelola destinasi wisata, dan wisatawan. Mereka berperan secara aktif dalam membentuk interaksi dan pengambilan keputusan dalam ekosistem pariwisata.

Sementara itu, aktor non-manusia mencakup entitas seperti aplikasi digital (misalnya Traveloka, Airbnb, Tiket.com), teknologi pendukung (smartphone, jaringan internet, algoritma pencarian), serta infrastruktur regulatif (aturan pemerintah atau sistem rating). ANT menekankan bahwa baik manusia maupun non-manusia memiliki posisi yang setara dalam jejaring aksi sosial karena semua memiliki kapasitas untuk memediasi hubungan sosial.

Dengan memahami klasifikasi ini, penelitian dapat lebih tajam dalam menganalisis bagaimana relasi antarkomponen tersebut membentuk dinamika sektor pariwisata digital, di mana teknologi tidak sekadar alat, tetapi menjadi bagian aktif dari proses sosial itu sendiri.

²⁸ Latour, Bruno. *Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network-Theory*. Oxford University Press, 2005.

Dalam teorinya, Latour menjelaskan lima mode translasi dalam Actor-Network Theory (ANT), yang ia beri nomor dari ‘translation 1’ hingga ‘translation 5’ (Latour, 1987). Pada mode pertama, ‘translation 1’, aktor yang lebih lemah menyesuaikan arah mereka agar selaras dengan aktor yang lebih kuat. Mereka memperoleh manfaat dengan menyesuaikan tujuan mereka terlebih dahulu, kemudian menunjukkan bahwa mereka dapat membantu aktor yang lebih kuat mencapai kepentingannya, sehingga keduanya akhirnya bergerak ke arah yang sama.

Sementara itu, pada mode kedua, ‘translation 2’, justru aktor yang lebih kuat yang beradaptasi dengan yang lebih lemah dan membantu mereka mencapai tujuan. Hal ini terjadi ketika aktor yang lebih kuat tidak memiliki alternatif lain. Jika ada kebebasan untuk memilih, maka yang terjadi adalah mode ketiga, ‘translation 3’, dimana aktor mengubah arahnya sedikit, mengambil jalur alternatif sebelum kembali ke tujuan awal mereka.

Ketiga mode translasi ini biasanya berlangsung ketika aktor memiliki kepentingan yang jelas dan tetap teguh pada tujuan mereka.

Namun, jika kepentingan aktor bersifat fleksibel, dapat berubah dan masih dapat dinegosiasikan—atau dalam istilah Latour, tidak ‘eksplisit’ (Latour, 1987: 114)—maka akan muncul mode keempat (‘translation 4’).

Dalam mode ini, aktor bisa menafsirkan ulang kepentingan pihak lain, menetapkan tujuan baru, mengubah cara mendefinisikan aktor lain, atau

menjadikan jalur memutar sebagai bagian dari proses menuju tujuan (Latour, 1987: 116).

Mode terakhir, 'translation 5', terjadi ketika suatu aktor menjadi sangat penting dan tidak dapat dilewati. Dalam kondisi ini, aktor tersebut menjadi titik yang harus dilalui oleh aktor lain untuk mencapai kepentingan mereka sendiri (Latour, 1987).

Lebih lanjut, ANT menekankan bahwa perubahan dalam jaringan aktor dapat memicu perubahan signifikan dalam dinamika sosial. Ketika aktor baru bergabung dalam jaringan atau ketika hubungan antara aktor yang ada berubah, ini dapat mengubah keseluruhan konfigurasi jaringan. Dalam sektor pariwisata, misalnya, munculnya tren wisata baru atau perubahan preferensi wisatawan dapat mengarahkan pada pengembangan destinasi baru atau perubahan dalam strategi pemasaran.

Penggunaan Teori *Actor-Network* (ANT) dalam analisis penggunaan aplikasi digital kolaboratif dalam sektor pariwisata Yogyakarta dapat memberikan beberapa keuntungan yang signifikan. ANT memungkinkan peneliti untuk memahami interaksi kompleks antara berbagai aktor yang terlibat dalam jaringan pariwisata, termasuk wisatawan, penyedia layanan, teknologi, regulasi pemerintah dan infrastruktur fisik. Berikut adalah beberapa alasan utama mengapa ANT digunakan dalam studi ini:

1. Pendekatan Holistik:

ANT menawarkan pendekatan holistik dalam menganalisis jaringan pariwisata.²⁹ Dengan memperhatikan baik aktor manusia maupun non-manusia, peneliti dapat memahami bagaimana teknologi aplikasi digital kolaboratif, seperti aplikasi pemesanan online, media sosial dan situs web ulasan, berinteraksi dengan wisatawan dan penyedia layanan. Hal ini membantu dalam mengidentifikasi faktor-faktor yang berkontribusi terhadap keberhasilan atau kegagalan suatu aplikasi digital dalam menarik wisatawan.

2. Fleksibilitas Analisis:

ANT memberikan fleksibilitas dalam menganalisis perubahan dan adaptasi dalam jaringan.³⁰ Sebagai contoh, perubahan regulasi pemerintah atau perkembangan teknologi baru dapat dengan mudah diintegrasikan dalam analisis ANT, memungkinkan peneliti untuk memahami dampaknya terhadap jaringan pariwisata secara keseluruhan. Ini sangat relevan dalam konteks pariwisata Yogyakarta yang dinamis dan terus berkembang.

3. Mengidentifikasi Kekuatan dan Kelemahan Jaringan

Dengan menggunakan ANT, peneliti dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dalam jaringan pariwisata Yogyakarta. Sebagai contoh, peneliti dapat

²⁹ Van der Duim, R., Ren, C., & Jóhannesson, G. T. (2017). *Tourism Encounters and Controversies: Ontological Politics of Tourism Development*. Farnham: Ashgate.

³⁰ Rantala, O., Valtonen, A., & Markuksela, V. (2020). "Enacting ANT in Tourism Studies: Interferences, Devices and Practices." *Annals of Tourism Research*, 83, 102964.

mengevaluasi sejauh mana aplikasi digital kolaboratif mampu memfasilitasi kolaborasi antara berbagai aktor, serta mengidentifikasi hambatan atau tantangan yang dihadapi. Ini dapat mencakup masalah teknis, seperti ketergantungan pada konektivitas internet yang stabil, atau isu sosial, seperti resistensi dari penyedia layanan tradisional.

4. Pemahaman yang Mendalam tentang Inovasi:

ANT memungkinkan analisis mendalam tentang bagaimana inovasi teknologi diperkenalkan dan diterima dalam jaringan pariwisata. Melalui ANT, peneliti dapat mengeksplorasi bagaimana inovasi dalam aplikasi digital kolaboratif, seperti fitur-fitur baru atau integrasi dengan teknologi lain, mempengaruhi perilaku wisatawan dan penyedia layanan. Ini penting untuk memahami dinamika adopsi teknologi dalam sektor pariwisata.

3. Kerangka Berpikir

Dalam konteks pariwisata Yogyakarta, penggunaan ANT dapat membantu menguraikan jaringan kompleks yang melibatkan berbagai aktor. Misalnya, aplikasi digital kolaboratif seperti aplikasi pemesanan hotel dan tur, situs web ulasan wisatawan, serta media sosial, dapat dianalisis sebagai aktor-aktor yang berinteraksi dengan wisatawan, pengelola destinasi wisata, pemerintah daerah dan komunitas lokal. Dengan menggunakan ANT, peneliti dapat mengevaluasi bagaimana interaksi antara aktor-aktor ini membentuk pengalaman wisatawan dan

mempengaruhi daya tarik Yogyakarta sebagai destinasi wisata. Penelitian ini dapat mengungkapkan, misalnya, bagaimana feedback dari wisatawan di aplikasi digital ulasan dapat mempengaruhi keputusan wisatawan lain, atau bagaimana kolaborasi antara penyedia layanan lokal dengan aplikasi digital kolaboratif dapat meningkatkan kualitas layanan dan daya tarik destinasi wisata.

Teori Actor-Network (ANT) dari Bruno Latour menyediakan kerangka analisis yang kuat dan fleksibel untuk memahami interaksi kompleks dalam jaringan pariwisata Yogyakarta. Dengan mengakui peran penting dari aktor manusia dan non-manusia, ANT memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dalam penggunaan aplikasi digital kolaboratif, serta memahami dinamika inovasi dan adaptasi teknologi dalam sektor pariwisata. Melalui pendekatan holistik dan interdisipliner, ANT dapat memberikan wawasan mendalam yang berguna untuk pengembangan strategi pariwisata yang lebih efektif dan berkelanjutan di Yogyakarta.

G Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus, yang bertujuan sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa data data perilaku, gerak simbol yang diamati menggambarkan situasi sosial dengan jelas. Penelitian ini melihat fenomena sosial penggunaan aplikasi digital kolaboratif dalam

bidang pariwisata terkait dengan pola relasi dan kepentingan dari pengguna tersebut.

Penelitian kualitatif dilakukan dalam situasi wajar (natural setting) dan data yang dikumpulkan umumnya kualitatif. Penelitian ini disebut metode kualitatif karena menggunakan metode kualitatif untuk mempelajari berbagai aspek kehidupan.³¹ Metode kualitatif lebih didasarkan pada fenomenologi yang mengutamakan pemahaman. Metode kualitatif mencoba memahami makna suatu peristiwa interaksi perilaku manusia menurut sudut pandang peneliti. Menurut Stake, studi kasus merupakan bentuk eksplorasi mendalam terhadap suatu fenomena, konteks, atau sistem tertentu yang terbatas dan bersifat holistik. Stake menyatakan bahwa metode ini bertujuan untuk memahami kompleksitas situasi nyata dengan cara menyelidiki peristiwa, aktivitas dan proses dalam konteks tertentu secara mendetail.³²

Metode penelitian studi kasus digunakan dalam penelitian ini karena beberapa alasan, studi kasus memungkinkan peneliti untuk memahami bagaimana aplikasi digital kolaboratif digunakan dalam sektor pariwisata Yogyakarta dengan mempertimbangkan konteks sosial, ekonomi dan budaya yang unik di daerah tersebut, dimana setiap kasus bersifat khas dan harus dipelajari dalam lingkungannya sendiri. Metode ini memungkinkan eksplorasi berbagai aspek penggunaan aplikasi digital kolaboratif secara menyeluruh, termasuk interaksi antara pelaku industri

³¹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, edisi revisi (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2019), hlm. 6–7.

³² Stake, R. E. (1995). *The Art of Case Study Research*. Sage Publications.

pariwisata, dampaknya terhadap perkembangan sektor pariwisata, serta tantangan dalam penerapannya. Selain itu, studi kasus menawarkan fleksibilitas dalam pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan analisis dokumen, yang memberikan perspektif lebih kaya dari berbagai pemangku kepentingan, seperti pelaku usaha, wisatawan dan pengelola aplikasi digital.

Pentingnya interpretasi dalam studi kasus juga ditekankan, sehingga dapat membantu memahami bagaimana pengguna memanfaatkan aplikasi digital kolaboratif, memaknai manfaatnya, serta kontribusinya terhadap perkembangan pariwisata. Sebagai fenomena yang berkembang pesat, studi kasus juga relevan dalam meneliti inovasi dan teknologi, memungkinkan identifikasi pola penggunaan, tantangan, serta potensi inovasi yang dapat dikembangkan di masa depan.

Dengan demikian, metode penelitian studi kasus menurut Robert E. Stake dipilih karena mampu memberikan pemahaman yang mendalam, kontekstual dan fleksibel terkait dengan penggunaan aplikasi digital kolaboratif dalam sektor pariwisata Yogyakarta.

Jenis studi kasus yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus intrinsik (*intrinsic case study*). Studi kasus intrinsik digunakan ketika peneliti tertarik untuk memahami secara mendalam kasus itu sendiri, bukan untuk menggeneralisasi temuan ke kasus lain (Stake, 1995).

Dalam hal ini, fokus utama adalah memahami secara mendalam dinamika kolaborasi digital yang terjadi antara aktor-aktor pariwisata (seperti pengelola destinasi, penyedia akomodasi, pemerintah, dan wisatawan) melalui aplikasi digital yang digunakan.

Konteks geografis yang dipilih adalah wilayah Yogyakarta, mengingat daerah ini merupakan salah satu destinasi wisata utama di Indonesia yang sedang mengalami perkembangan dalam hal integrasi teknologi digital dalam pengelolaan dan promosi sektor pariwisatanya. Penelitian ini akan menggali lebih jauh bagaimana aplikasi digital kolaboratif digunakan dalam praktik sehari-hari, bagaimana aktor-aktor pariwisata menjalin interaksi melalui aplikasi tersebut, serta kendala dan manfaat yang mereka rasakan.

Dengan menggunakan studi kasus intrinsik, penelitian ini berupaya memberikan gambaran yang holistik dan kontekstual mengenai realitas penggunaan teknologi digital kolaboratif dalam industri pariwisata lokal.

2. Subjek, Lokasi dan Waktu Penelitian

Subjek penelitian ini adalah para pelaku industri pariwisata di Yogyakarta yang secara langsung menggunakan aplikasi digital kolaboratif dalam operasional mereka. Dalam konteks penelitian ini, istilah “pengguna aplikasi digital kolaboratif” dikategorikan menjadi dua kelompok utama. Pertama adalah penyedia layanan, yakni aktor-aktor seperti pemilik hotel, pengelola homestay, dan pengelola destinasi wisata yang menggunakan aplikasi digital untuk memperluas jangkauan pasar,

komunikasi dengan wisatawan. Keaktifan mereka dalam menggunakan aplikasi ini memberikan gambaran konkret tentang bagaimana teknologi digital diadopsi dan diadaptasi dalam praktik pariwisata lokal.

Selain itu, pengelola penginapan merupakan pelaku usaha yang berada di garis depan interaksi dengan wisatawan, sehingga mereka memiliki pengalaman langsung dalam menanggapi ulasan pengguna, mengatur sistem harga dinamis, serta menyesuaikan layanan berdasarkan tren dan kebijakan dalam aplikasi. Karena setiap platform memiliki karakteristik, fitur, dan segmen pasar yang berbeda, informan yang dipilih juga merupakan pengguna dari beragam aplikasi, sehingga dapat memberikan perspektif yang lebih luas dan komparatif. Dengan demikian, keterlibatan mereka sebagai informan dianggap relevan dan representatif dalam menjelaskan dinamika penggunaan aplikasi digital kolaboratif di sektor pariwisata Yogyakarta.

Sementara itu, dua informan lainnya berasal dari pengelola destinasi wisata yang bertanggung jawab dalam operasional tempat wisata, interaksi dengan wisatawan, serta integrasi teknologi dalam pengalaman wisata. Dengan kombinasi dua kelompok informan ini, penelitian dapat mengeksplorasi secara mendalam bagaimana aplikasi digital kolaboratif mempengaruhi aspek pemasaran, pelayanan dan efisiensi operasional di sektor pariwisata Yogyakarta. Data akan dikumpulkan melalui observasi langsung dan wawancara yang memungkinkan peneliti mendapatkan pemahaman lebih komprehensif

mengenai pola penggunaan, manfaat, serta tantangan yang dihadapi oleh para pelaku industri pariwisata dalam mengadopsi teknologi digital.

Penelitian ini akan dilaksanakan di Yogyakarta, sebuah kota yang dikenal sebagai salah satu pusat pariwisata utama di Indonesia dengan jumlah wisatawan yang terus meningkat setiap tahunnya. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada karakteristiknya sebagai destinasi wisata yang memiliki berbagai jenis akomodasi serta berbagainon daya tarik wisata yang dikelola secara profesional maupun berbasis komunitas. Keberagaman ini memberikan peluang bagi peneliti untuk mendapatkan data yang lebih variatif dan representatif mengenai penggunaan aplikasi digital kolaboratif di berbagai skala bisnis pariwisata. Selain itu, Yogyakarta memiliki ekosistem pariwisata yang semakin terdigitalisasi, dimana berbagai aplikasi digital digunakan untuk reservasi, pemasaran, hingga manajemen pengalaman wisatawan.

Pemilihan destinasi wisata di Yogyakarta sebagai lokasi penelitian didasarkan pada beberapa pertimbangan utama. Pertama, Yogyakarta merupakan salah satu daerah dengan tingkat kunjungan wisatawan tertinggi di Indonesia dan memiliki ekosistem pariwisata yang kompleks, meliputi wisata budaya, alam, dan buatan. Kedua, destinasi-destinasi di wilayah ini telah mengalami proses digitalisasi, termasuk dalam penggunaan aplikasi digital kolaboratif untuk promosi, reservasi, manajemen pengunjung, dan interaksi wisatawan.

Dalam konteks ini, penelitian dilakukan di dua tipe destinasi yang merepresentasikan ragam karakteristik pariwisata Yogyakarta, yakni

Pantai Baron (wisata alam) dan Taman Sari Yogyakarta (wisata budaya). Pantai Baron dipilih karena merupakan bagian dari kawasan geopark Gunung Sewu yang mengalami peningkatan kunjungan setelah didukung promosi aktif melalui platform digital seperti Google Maps dan media sosial berbasis lokasi³³. Pengelolaan pantai ini juga mulai melibatkan komunitas lokal dan pelaku usaha kecil yang memanfaatkan platform reservasi daring untuk layanan seperti parkir, sewa pondok, dan kuliner.

Sementara itu, Taman Sari Yogyakarta dipilih karena merupakan salah satu ikon warisan budaya yang telah lama dikelola secara kolaboratif antara pemerintah daerah dan komunitas lokal, serta aktif dalam promosi digital berbasis konten visual melalui TikTok, Instagram, dan situs pariwisata.³⁴ Taman Sari mencerminkan bagaimana wisata budaya mengadopsi digitalisasi tanpa menghilangkan nilai sejarah dan budaya lokal. Kedua lokasi ini dinilai strategis untuk menggambarkan perbandingan adopsi aplikasi digital dalam konteks yang berbeda alam dan budaya dan menunjukkan sejauh mana kolaborasi antar aktor manusia dan non-manusia berjalan secara nyata di lapangan.

Dengan demikian, pemilihan lokasi ini bukan hanya berdasarkan tingginya jumlah kunjungan, tetapi juga berdasarkan representasi keragaman bentuk pariwisata Yogyakarta dan tingkat integrasi digital yang berlangsung di masing-masing destinasi.

³³ Dinas Pariwisata Gunungkidul, *Laporan Tahunan Pariwisata Gunungkidul Tahun 2022*, Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul, 2022

³⁴ Latifah, Nur. "Kolaborasi Aktor dalam Pengelolaan Destinasi Wisata Digital di Yogyakarta." *Jurnal Siositeknologi*, Vol. 21, No. 3, 2023

. Adapun penelitian ini akan dilakukan pada bulan Maret hingga April 2025, yang merupakan periode yang memungkinkan pengumpulan data yang optimal karena berada di antara musim liburan besar, sehingga dapat mencerminkan dinamika penggunaan aplikasi digital dalam kondisi yang lebih seimbang antara periode ramai dan sepi kunjungan wisatawan.

3. Sumber Data

Sumber data adalah orang yang darinya data penelitian itu diperoleh. Jika peneliti menggunakan wawancara untuk mengumpulkan data, maka sumber datanya disebut informan, yaitu orang yang merespon pertanyaan wawancara secara lisan maupun tertulis. Berdasarkan sumbernya, data dibagi menjadi :

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber aslinya, dicatat dan diamati untuk pertama kalinya, kemudian digunakan untuk menjawab permasalahan penelitian. Karena diperoleh langsung, data primer sering disebut sebagai data asli dan memiliki keunggulan dalam menyajikan informasi yang lebih akurat dan spesifik sesuai dengan tujuan penelitian. Sebagai data mentah, data primer nantinya akan diolah sesuai kebutuhan penelitian. Dalam studi *“Penggunaan Aplikasi Digital Kolaboratif di Sektor Pariwisata Yogyakarta : Analisis Actor Network Theory”* data primer diperoleh melalui wawancara

langsung dengan informan, observasi lapangan, serta dokumentasi yang dikumpulkan selama proses penelitian.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan informasi yang tidak dikumpulkan langsung di lapangan, melainkan diperoleh dari bahan yang telah disusun oleh pihak lain, seperti buku, dokumen, foto dan data statistik. Dalam penelitian, data sekunder berfungsi sebagai pelengkap yang membantu melengkapi dan memperkaya temuan lapangan. Keunggulan utama penggunaan data sekunder terletak pada kemudahannya untuk diakses dan efisiensi waktu yang ditawarkan, namun perlu dilakukan proses verifikasi terlebih dahulu untuk memastikan keakuratan dan validitasnya. Dalam konteks “Analisis Penggunaan Aplikasi Digital Kolaboratif di Sektor Pariwisata Yogyakarta”, data sekunder dapat berperan sebagai sumber pendukung yang melengkapi analisis terhadap fenomena tersebut.³⁵

4. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2017), metode pengumpulan data adalah teknik atau cara yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh data yang relevan dan akurat dalam suatu penelitian. Metode ini mencakup berbagai teknik, seperti observasi, wawancara, kuesioner dan dokumentasi, yang dipilih sesuai dengan jenis penelitian yang dilakukan. Metode pengumpulan data bertujuan untuk memperoleh informasi yang

³⁵ Nugrahani Farida, *Metode Penelitian Kualitatif*.

valid dan dapat dipertanggungjawabkan sehingga hasil penelitian memiliki kredibilitas yang tinggi. Pemilihan metode yang tepat sangat bergantung pada tujuan penelitian, sumber data, serta kondisi dan keterbatasan yang ada.³⁶

Penelitian ini menggunakan tiga metode pengumpulan data yang dipaparkan untuk meneliti di lapangan guna mendapatkan data yang real dan menggambarkan situasi yang sebenar benarnya, antara lain yaitu :

a. Observasi

Observasi merupakan bagian penting dalam pengumpulan data. Observasi berarti mengumpulkan data langsung dari lapangan. Observasi digunakan dalam penelitian ini untuk melengkapi wawancara dan dokumentasi, khususnya dalam menggambarkan pola interaksi sosial yang terbentuk melalui penggunaan aplikasi digital kolaboratif. Observasi penting dilakukan karena ada dimensi tindakan non-verbal dan interaksi digital yang tidak bisa digambarkan hanya dari pernyataan informan.

Objek yang diobservasi dalam penelitian ini meliputi:

1. Interaksi penyedia layanan dengan platform digital, seperti saat mereka melakukan pengelolaan reservasi, menanggapi ulasan pelanggan, dan memperbarui informasi akomodasi.
2. Situasi kerja di lokasi penyedia layanan (lobi hotel, meja resepsionis, atau area operasional destinasi wisata).

³⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, cet. 26 (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 194

3. Respons pengguna terhadap fitur digital, terutama saat observasi dilakukan terhadap pengalaman penggunaan aplikasi oleh penyedia layanan.

Metode observasi yang digunakan adalah observasi non-partisipatif, di mana peneliti tidak terlibat langsung dalam aktivitas, tetapi mencatat perilaku dan interaksi yang terjadi secara alamiah di lingkungan informan. Observasi dilakukan dalam beberapa sesi kunjungan, dengan pencatatan lapangan dan dokumentasi visual sebagai pelengkap untuk meningkatkan validitas data.

Data yang diobservasi dalam penelitian ini berupa gambaran tentang sikap, kelakuan, perilaku, tindakan, keseluruhan interaksi antar manusia. Observasi yang dilakukan dalam penelitian adalah observasi non partisipan, untuk menggambarkan situasi para pengguna yang sudah menggunakan aplikasi digital kolaboratif dan mengamati perubahan-perubahan pola relasi sosial dari pengguna aplikasi di sektor pariwisata.

b. Wawancara

Wawancara adalah bagian dalam metode penelitian. Wawancara merupakan metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan cara mengajukan berbagai pertanyaan kepada informan antara dua orang atau lebih. Pertanyaan yang diajukan tersebut dapat menjawab dan memperoleh data secara mendalam. Informan dalam penelitian ini memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Pengelola Destinasi Wisata

Informan dari pihak pengelola destinasi wisata, baik yang bersifat alam, budaya, maupun buatan, seperti pengelola candi, museum dan taman wisata. Pengelola destinasi wisata memiliki wawasan tentang bagaimana aplikasi digital kolaboratif mempengaruhi jumlah pengunjung dan operasional mereka.

2. Penyedia Layanan Akomodasi

Pemilik atau pengelola hotel, guest house, homestay dan penginapan lainnya di Yogyakarta. Mereka dapat memberikan perspektif tentang bagaimana aplikasi digital kolaboratif seperti aplikasi pemesanan hotel membantu atau menghambat bisnis mereka.

Pada saat melakukan wawancara, peneliti melakukan beberapa perubahan dan modifikasi pertanyaan agar proses wawancara berjalan santai namun tetap terarah, agar informan tidak merasa tertekan dan tegang sehingga informan lebih merasa tenang dan tidak terkesan menutup diri dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengambil gambar, catatan suara, atau video secara langsung sebagai bukti penelitian. Dokumentasi bertujuan untuk memperkuat data data yang sudah dikumpulkan oleh peneliti yang membuktikan

realita di lapangan. Foto, catatan suara dan video tersebut meliputi tentang kondisi sosial Yogyakarta.

5. Analisis Data

Setelah proses wawancara dan pengujian terhadap data primer serta sekunder dilakukan, langkah berikutnya adalah menganalisis dan membahas hasil yang telah diperoleh. Menurut Sugiyono, analisis data adalah proses menyusun dan mengolah data secara sistematis dari hasil wawancara, catatan lapangan, serta dokumentasi.³⁷ Proses ini melibatkan pengorganisasian data ke dalam kategori tertentu, menguraikannya menjadi bagian-bagian yang lebih kecil, menyusun pola, memilih informasi yang relevan serta menyimpulkan hasil agar mudah dipahami baik oleh peneliti sendiri maupun orang lain.

Sugiyono (2020) menyatakan bahwa analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berkelanjutan hingga data yang diperoleh dianggap cukup atau telah mencapai kejenuhan. Tahapan analisis ini meliputi:

1. Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif, data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, serta dokumentasi. Pengumpulan data dapat berlangsung dalam waktu yang lama, bahkan hingga berbulan-bulan, sehingga menghasilkan data yang beragam. Pada tahap awal, peneliti mengamati dan mencatat semua informasi dari

³⁷ Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

situasi sosial atau objek yang diteliti untuk mendapatkan gambaran umum.

2. Reduksi Data

Seiring berjalannya waktu, data yang diperoleh akan semakin banyak dan kompleks. Oleh karena itu, perlu dilakukan proses reduksi data, yaitu merangkum dan memilah informasi yang dianggap penting, mengidentifikasi pola serta tema utama dan menghilangkan data yang kurang relevan. Dengan cara ini, data yang telah direduksi menjadi lebih jelas dan mudah untuk dianalisis lebih lanjut.

3. Penyajian Data

Setelah data direduksi, langkah selanjutnya adalah menyajikan data dalam bentuk yang lebih terstruktur. Dalam penelitian kualitatif, data biasanya disajikan dalam bentuk narasi untuk memudahkan pemahaman.

4. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang memberikan pemahaman lebih jelas tentang suatu fenomena yang sebelumnya belum diketahui. Temuan ini bisa berupa deskripsi atau gambaran mengenai suatu objek yang awalnya belum jelas, tetapi menjadi lebih terang setelah dilakukan penelitian.

H Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan bertujuan untuk menjelaskan serta memberikan gambaran terkait penelitian ini, supaya lebih jelas dan terstruktur. Peneliti membagi sistematika pembahasan dalam penelitian ini menjadi lima bab, yaitu sebagai berikut:

Bab pertama, adalah Pendahuluan, yang terdiri dari latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, landasan teori, metode penelitian dan sistematika pembahasan. Bab ini bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai pentingnya penelitian tentang penggunaan aplikasi digital kolaboratif di sektor pariwisata Yogyakarta serta kerangka konseptual yang digunakan dalam penelitian ini.

Bab kedua, membahas gambaran umum sektor pariwisata Yogyakarta, yang meliputi perkembangan industri pariwisata di Yogyakarta, peran aplikasi digital dalam mendukung industri pariwisata, serta berbagai bentuk aplikasi digital kolaboratif yang telah diterapkan dalam ekosistem pariwisata di daerah tersebut. Selain itu, bab ini juga menguraikan berbagai aktor yang terlibat dalam penggunaan aplikasi digital, seperti pemerintah daerah, pelaku usaha pariwisata dan wisatawan.

Bab ketiga, berisi analisis penggunaan aplikasi digital kolaboratif dalam sektor pariwisata Yogyakarta, yang mencakup bentuk-bentuk aplikasi digital kolaboratif yang digunakan, peran aplikasi digital dalam promosi destinasi wisata, efektivitas aplikasi digital dalam pengelolaan akomodasi dan layanan pariwisata, serta tantangan dan hambatan dalam penerapannya. Selain itu, bab ini juga akan membahas bagaimana aplikasi digital kolaboratif

dapat meningkatkan keterlibatan berbagai pemangku kepentingan dalam industri pariwisata.

Bab keempat, menjelaskan hasil penelitian terkait faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas penggunaan aplikasi digital kolaboratif, termasuk dampak positif yang telah dirasakan oleh pelaku industri pariwisata, kendala dalam penerapannya, serta strategi yang dapat digunakan untuk mengoptimalkan penggunaan aplikasi digital kolaboratif dalam sektor pariwisata Yogyakarta. Bab ini juga membahas persepsi dan pengalaman pengguna aplikasi digital, baik dari sisi penyedia layanan maupun wisatawan.

Bab kelima, adalah Penutup, yang berisi kesimpulan penelitian yang menjawab rumusan masalah serta saran bagi berbagai pihak yang terlibat dalam industri pariwisata, termasuk pemerintah, pelaku usaha dan peneliti selanjutnya. Kesimpulan ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru mengenai strategi optimal dalam memanfaatkan aplikasi digital kolaboratif guna meningkatkan daya saing sektor pariwisata di Yogyakarta.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan aplikasi digital kolaboratif di sektor pariwisata Yogyakarta dengan pendekatan kualitatif berbasis studi kasus. Fokus utama penelitian adalah pada pemetaan aktor yang terlibat, faktor-faktor yang meengaruhi penggunaan aplikasi digital, serta persepsi dan pengalaman pengguna yang dikaji melalui perspektif Actor-Network Theory (ANT) dari Bruno Latour.

Dari hasil penelitian yang telah diuraikan dalam Bab IV, dapat ditarik beberapa kesimpulan utama sebagai berikut:

1. **Pemetaan Aktor** menunjukkan bahwa ekosistem digital pariwisata di Yogyakarta terbentuk melalui keterlibatan berbagai aktor, baik manusia (penyedia layanan, wisatawan, pemerintah) maupun non-manusia (aplikasi digital, sistem algoritma, jaringan internet). Masing-masing aktor berkontribusi aktif dalam menciptakan dinamika jaringan kolaboratif yang kompleks.
2. **Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan aplikasi digital kolaboratif** mencakup aspek infrastruktur digital, literasi teknologi pelaku wisata, dukungan kebijakan pemerintah daerah, dinamika pasar, serta kepercayaan terhadap platform digital. Faktor-faktor ini saling berkaitan dan menentukan sejauh mana teknologi dapat diadopsi secara optimal di lingkungan pariwisata lokal.

B. Saran

Berdasarkan temuan dan analisis dalam penelitian ini, berikut beberapa saran yang dapat dipertimbangkan untuk pengembangan sektor pariwisata berbasis aplikasi digital kolaboratif di Yogyakarta:

1. Bagi Pengguna Aplikasi Digital: Penyedia Layanan Akomodasi dan Pengelola Destinasi Wisata

Pelaku usaha di bidang pariwisata perlu terus meningkatkan literasi digital dan keterampilan teknis dalam mengoperasikan platform kolaboratif. Selain itu, penting untuk menjaga kualitas layanan dan merespons ulasan pengguna secara aktif, karena persepsi digital sangat mempengaruhi reputasi bisnis. Kerja sama lintas sektor dan pemanfaatan data dari aplikasi digital juga dapat dioptimalkan untuk pengambilan keputusan yang lebih strategis.

2. Bagi Pemerintah Daerah

Pemerintah daerah diharapkan memperluas dukungan terhadap digitalisasi pariwisata, baik melalui penyediaan infrastruktur digital (jaringan internet di destinasi wisata), program pelatihan digital bagi pelaku usaha wisata, maupun penyusunan regulasi yang melindungi kepentingan pelaku lokal dalam ekosistem aplikasi digital. Intervensi kebijakan yang responsif terhadap perkembangan teknologi sangat penting untuk mendorong pemerataan manfaat ekonomi digital.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini membuka peluang untuk kajian lanjutan terkait dimensi sosial dan politik dari digitalisasi pariwisata. Peneliti berikutnya dapat

memperluas fokus ke aspek keberlanjutan, keamanan data pengguna, atau dampak algoritma terhadap aksesibilitas destinasi. Studi komparatif antar daerah juga dapat memberikan perspektif baru terhadap praktik kolaboratif digital dalam konteks lokal yang beragam.



DAFTAR PUSTAKA

- Airbnb, "Regional Performance Report: Yogyakarta," 2024.
- ASITA, "Tren Pariwisata Berbasis Komunitas," 2024
- Aziz, M. H., dkk. (2022). Model Pariwisata Digital dalam Pengembangan Pariwisata Indonesia. *Jurnal Ilmiah Universitas Banjar (JIEAP)*, 7(2), hlm. 215–228.
- Badan Pusat Statistik DIY, "Statistik Ekonomi DIY," 2024.
- Berita resmi statistik No. 42/06/Th. XXVII 3 Juni 2024, <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2024/06/03/2351/perkembangan-pariwisata-april-2024.html>
- Berita resmi statistik No. 52/04/34/Th. XXVI 2 September 2024, <https://yogyakarta.bps.go.id/id/pressrelease/2024/09/02/1570/perembangan-pariwisata-daerah-istimewa-yogyakarta--juli-2024.html>
- Bosawer, A., Santoso, G., Wuriyani, D., Anggo, A. Y., & Nurwahidah. (2023). *Strategi Pemulihan Sektor Pariwisata Melalui Model Kreatif, Inovasi dan Problem Solving di Kabupaten Raja Ampat*. *Jurnal Pendidikan Transformatif (JPT)*.
- Bruno Latour, *Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network-Theory* (Oxford: Oxford University Press, 2005), hlm. 74–120
- Buhalis, D., & Sinarta, Y. "Real-time co-creation and nowness service: Lessons from tourism and hospitality," *Tourism Management*, Vol. 73, 2019, pp. 44–56
- Buhalis, D., & Sinarta, Y. (2019). Real-time co-creation and nowness service: Lessons from tourism and hospitality. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(5), 563–582.
- Callon, M. (1986). "Some Elements of a Sociology of Translation: Domestication of the Scallops and the Fishermen of St Brieuc Bay,"

in **Power, Action and Belief: A New Sociology of Knowledge?**
Routledge & Kegan Paul

Choe, Y., & Kim, J. "Examining the Relationship Between Perceived Usefulness, Ease of Use, and Customer Satisfaction in Travel Mobile Applications," *Information Systems Frontiers*, Vol. 22, No. 6, 2020, pp. 1383–1394.

Demartoto, A. (2023). *Pengembangan Digitalisasi Pariwisata Berbasis Collaborative Governance*. Konferensi Nasional Sosiologi X APSSI.

Dinas Pariwisata DIY. (2024). *Integrasi teknologi dalam sektor pariwisata Yogyakarta*. Yogyakarta: Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta

Dinas Pariwisata Gunungkidul, *Laporan Tahunan Pariwisata Gunungkidul Tahun 2022*, Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul, 2022

Dolnicar, S., Knezevic Cvelbar, L., & Grün, B. "How and why travelers use sharing economy accommodation platforms," *Annals of Tourism Research*, Vol. 88, 2021, Article 103197.

Ernawati, H., & Hananto, K. (2023). Pariwisata digital: Perspektif dan agenda riset masa depan. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 17(2), 144–156.

Farid, M. (2020). *Pelestarian Warisan Sejarah Melalui Sinergi Antar-Stakeholder dan Digitalisasi Warisan Sebagai Model Pengembangan Pariwisata Banda Naira*. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*.

Febrian, D., Risqi A., A., Selvia, M., Christine, A., Hurin'in, F., Makruf, A., Ilyasa, D., Choirul, F., Braga, F., Putra, R., & Intan, R. (2022). *Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam Upaya Peningkatan Sanggraloka Sekar Wilis Sebagai Objek Wisata di Desa Kesugihan Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo*. Prosiding Kolaborasi Dosen dan Mahasiswa.

- Hamari, J., Sjöklint, M., & Ukkonen, A. (2016). The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 67(9), 2047–2059
- Hermastuti, A. dan Dian. 2024. Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Komunikasi Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta Untuk Promosi Wisata. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (JISIP)*. Vol. 13 No. 1
- Houghton, J. (2019). Collaborative Platforms in the Digital Era: Enhancing Efficiency and Innovation. *Journal of Information Technology*, 12(3), 45-60.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2024, 20 Desember). Menpar Optimistis Capaian Kinerja Pariwisata 2024 Lampau Realisasi Tahun Sebelumnya [Siaran Pers]. Diakses dari <https://www.kemenparekraf.go.id/berita/siaran-pers-menpar-optimistis-capaian-kinerja-pariwisata-2024-lampaui-realisasi-tahun-sebelumnya>
- Latour, Bruno. *Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network-Theory*. Oxford University Press, 2005.
- Latour, Bruno. *Science in Action: How to Follow Scientists and Engineers through Society*. Harvard University Press, 1987.
- Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, edisi revisi (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2019), hlm. 6–7.
- Luo, Wenyan. (2020). *Translation as Actor-Networking: Actors, Agencies, and Networks in the Making of Arthur Waley's English Translation of the Chinese Journey to the West*. New York: Routledge.
- Manaf, A., Purbasari, N., Damayanti, M., Aprilia, N., & Astuti, W. (2018). Community-based rural tourism in inter-organizational

collaboration: How does it work sustainably? *Sustainability*, 10(7), 2142.

Mathieson, A., & Wall, G. (1982). *Tourism: Economic, Physical, and Social Impacts*. Longman.

Maulia, E. I., & Setiyono, B. (2021). *Collaborative Governance dalam Pengembangan Desa Wisata Nglanggeran: Analisis Dampak Digitalisasi Desa Wisata*. Jurnal FISIP Undip.

Nugrahani Farida, *Metode Penelitian Kualitatif*.

Nugroho, Yanuar. "Ekonomi Berbagi: Disrupsi Digital dan Transformasi Sosial di Indonesia." *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* 22, no. 2 (2019): 87–102.

Pratama, I., Az-Zahra, F., Wulandari, S. A., Ulhaq, A. S. D., & Monica, A. S. (2024). Analisis kunjungan wisatawan mancanegara 2022-2023. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 3(10), 1549-1553.

Rantala, O., Valtonen, A., & Markuksela, V. (2020). "Enacting ANT in Tourism Studies: Interferences, Devices and Practices." *Annals of Tourism Research*, 83, 102964.

Reigeluth, T. "Algorithmic Authority and the Politics of Data: Platform Power in the Digital Tourism Industry," *Big Data & Society*, Vol. 7, No. 2, 2020.

Rukmana, N. S., Niswaty, R., & Nur, A. C. (2023). *Urgensi Manajemen Pariwisata Berbasis Teknologi Informasi dalam Mendukung Pariwisata Berkelanjutan di Kabupaten Majene*. Jurnal Pengabdian Masyarakat.

Sigala, M. (2015). *Collaborative commerce in tourism: Implications for research and industry*. *Current Issues in Tourism*, 18(11), 1025–1035

- Sparks, B. A., & Browning, V. "The impact of online reviews on hotel booking intentions and perception of trust," *Tourism Management*, Vol. 66, 2018, pp. 1–13
- Satriawan, R., Wicaksono, A., & Widiyanto, A. "Digital Tourism Ecosystem: Adopsi Teknologi oleh UMKM Pariwisata di Era Transformasi Digital," *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Vol. 27 No. 1, 2023
- Stake, R. E. (1995). *The Art of Case Study Research*. Sage Publications.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syahrildan, M., Widiastuti, & Setiawan, I. (2024). *Membangun Jaringan Kolaboratif UMKM Kerajinan Bambu Melalui Platform Digital di Desa Karangmulya*. *Jurnal Lentera Pengabdian*.
- Van der Duim, R., Ren, C., & Jóhannesson, G. T. (2017). *Tourism Encounters and Controversies: Ontological Politics of Tourism Development*. Farnham: Ashgate.
- Web resmi Grand Rohan Jogja, https://grandrohanjogja.com/id_id/
- Xin, S., Tribe, J., & Chambers, D. (2019). "Conceptualising Interconnectivity in Tourism: Actor-Network Theory and Beyond." *Tourism Geographies*, 21(4), 633–654.
- Yesayabela, T. M., Satyas, F. R., Musleh, M., & Rianto, B. (2023). *Kolaborasi Model Pentahelix dalam Pengembangan Desa Wisata Pandean Kecamatan Gondang Kabupaten Trenggalek*. *Jurnal Administrasi Publik*.
- Yuliansyah, H., Mulasari, S. A., Tentama, F., Sulistyawati, Nafiati, L., & Sukesi, T. W. (2022). *Pengembangan dan Pemanfaatan Platform Digital untuk Desa Wisata di Desa Ngoro-oro Gunungkidul*. *Indonesian Journal of Community*
- Zahra, I. L. (2025, March 4). 5 Brand Online Travel Agent Terbaik di Indonesia Tahun 2025. YouGov. <https://data.goodstats.id/statistic/traveloka->

jadi-brand-online-travel-agent-terbaik-di-indonesia-tahun-2025-
m3T18

