Panorama
Jurnal Kajian Pariwisata
ISSN : 3031-5085

Vol 6 No 2 Tahun 2026
Prefix DOI : 10.34833/panorama.v1i1.1395

ANALISIS KESENJANGAN KONDISI AKTUAL DAN CITRA DIGITAL DALAM PENGELOLAAN DESTINASI WISATA BUATAN (STUDI KASUS TAMAN MINI INDONESIA INDAH)

Raffa Nabila Cahya, Rindu Deskita Jingga, Rakania Fitriana, Sarashinta Ramadhanti
Program Studi Pariwisata, Universitas Sahid
Email: raffanabilla.999@gmail.com

Abstrak

Taman Mini Indonesia Indah (TMII) merupakan destinasi wisata buatan berbasis budaya dan edukasi yang telah mengalami revitalisasi besar pada periode 2022–2023. Transformasi fisik dan konsep pengelolaan tersebut menuntut kesesuaian antara kondisi aktual destinasi dengan citra digital yang terbentuk di mesin pencari. Namun, dalam praktiknya, informasi digital yang beredar belum sepenuhnya mencerminkan kondisi aktual TMII pascarevitalisasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kesenjangan antara kondisi aktual atraksi wisata buatan TMII dengan representasi digital berbasis Search Engine Optimization (SEO), serta mengidentifikasi permasalahan utama dan solusi pengelolaannya. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif melalui observasi lapangan, dokumentasi, dan penelusuran data digital dari mesin pencari, website resmi, dan media sosial. Hasil penelitian menunjukkan adanya ketidaksinkronan informasi, khususnya terkait harga tiket, fasilitas, dan pembaruan konten digital. Kesenjangan tersebut disebabkan oleh belum terintegrasinya pengelolaan informasi digital dengan manajemen destinasi secara menyeluruh. Penelitian ini merekomendasikan optimalisasi strategi SEO, pembaruan konten digital secara berkala, serta sinkronisasi lintas platform untuk memperkuat citra digital destinasi agar selaras dengan kondisi aktual dan mendukung pariwisata berkelanjutan.
Kata kunci: Taman Mini Indonesia Indah, wisata buatan, citra digital, SEO, destinasi wisata.

Abstract

Taman Mini Indonesia Indah (TMII) is a cultural and educational-based man-made tourist destination that underwent a major revitalization in 2022–2023. This physical transformation and management concept required alignment between the destination's actual conditions and the digital image generated by search engines. However, in practice, the digital information circulating does not fully reflect the actual condition of TMII post-revitalization. This study aims to analyze the gap between the actual condition of TMII's man-made tourist attraction and its digital representation based on Search Engine Optimization (SEO), as well as to identify key issues and management solutions. The study used a qualitative descriptive approach

Article History
Received: Januari 2026
Reviewed: Januari 2026
Published: Januari 2026

Plagirism Checker No 234
DOI : Prefix DOI : 10.8734/ panorama.v1i1.1395
Copyright : Author
Publish by : Panorama

This work is licensed undera Creative Commons Attribution-

NonCommercial 4.0 International License

Panorama
Jurnal Kajian Pariwisata
ISSN : 3031-5085
Vol 6 No 2 Tahun 2026
Prefix DOI : 10.34833/panorama.v1i1.1395

through field observations, documentation, and digital data searches from search engines, the official website, and social media. The results revealed a lack of synchronization in information, particularly regarding ticket prices, facilities, and digital content updates. This gap is caused by the lack of integration of digital information management with overall destination management. This study recommends optimizing SEO strategies, regularly updating digital content, and synchronizing across platforms to strengthen the destination's digital image to align with actual conditions and support sustainable tourism.
***Keywords**: Taman Mini Indonesia Indah, artificial tourism, digital image, SEO, tourist destination.*

1. Pendahuluan

Taman Mini Indonesia Indah (TMII) merupakan salah satu destinasi wisata terbesar dan paling bersejarah di Indonesia yang menawarkan atraksi budaya, edukasi, dan rekreasi. Setelah proses revitalisasi pada tahun 2022–2023, TMII menampilkan konsep baru sebagai kawasan wisata terpadu yang lebih modern, ramah keluarga, dan memiliki bangunan-bangunan artistik yang mencerminkan keberagaman budaya Indonesia.

Dalam era digital, persepsi wisatawan terhadap destinasi tidak hanya dibangun dari pengalaman langsung, tetapi juga melalui informasi digital yang ditemukan pada mesin pencarian seperti Google. Oleh karena itu, analisis antara kondisi aktual destinasi dengan representasi digital menjadi penting untuk memastikan citra destinasi tetap akurat dan relevan.

Penelitian ini berfokus pada bagaimana TMII ditampilkan secara digital melalui SEO dan bagaimana kondisi aktualnya di lapangan. Analisis ini menjadi dasar untuk menilai apakah informasi digital mendukung pengalaman wisatawan atau justru menciptakan kesenjangan ekspektasi.

2. Tinjauan pustaka

Destinasi wisata merupakan suatu kawasan yang secara sistematis menyediakan atraksi, fasilitas, aksesibilitas, dan pengalaman berwisata (Mill, 1990). Wisata buatan adalah daya tarik yang dikembangkan melalui kreativitas manusia, seperti museum, wahana, taman tematik, dan pusat rekreasi (Yoeti, 2008). Wisata buatan memiliki fleksibilitas dalam pengembangan inovasi, sehingga banyak diadopsi sebagai strategi modernisasi destinasi.

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara wisatawan mencari informasi perjalanan. Citra destinasi (destination image) yang terbentuk secara online memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung (Pike & Ryan, 2004). Pencarian informasi wisata didominasi oleh mesin pencari dan media sosial, sehingga SEO berperan penting dalam meningkatkan visibilitas destinasi (Xiang & Gretzel, 2010).

SEO (Search Engine Optimization) memastikan bahwa informasi terkait destinasi mudah ditemukan, akurat, dan menarik. Ketidaksesuaian informasi digital dapat menurunkan tingkat kepercayaan dan memengaruhi pengalaman wisatawan.

Panorama
Jurnal Kajian Pariwisata
ISSN : 3031-5085
Vol 6 No 2 Tahun 2026
Prefix DOI : 10.34833/panorama.v1i1.1395

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data meliputi:

1. Observasi Lapangan
   Mengamati atraksi, fasilitas, aktivitas wisatawan, dan tata kelola kawasan TMII.
2. Dokumentasi
   Mengumpulkan foto, brosur, dan informasi resmi dari lokasi.
3. Data Digital
   Mengambil data dari Google Search, website resmi TMII, Google Maps, dan media sosial.

Data dianalisis melalui perbandingan antara:

- kondisi aktual lapangan, dan
- kondisi digital berbasis SEO.

Analisis dilakukan secara deskriptif dengan melihat kesenjangan atau kesesuaian informasi.

4. Hasil Dan Pembahasan

4.1 Gambaran Umum Atraksi Wisata Buatan di TMII

Taman Mini Indonesia Indah (TMII) merupakan destinasi wisata buatan yang mengintegrasikan unsur budaya, edukasi, dan rekreasi dalam satu kawasan terpadu. Pasca revitalisasi, TMII tidak hanya mengalami pembaruan fisik, tetapi juga penataan ulang konsep atraksi yang lebih modern dan berorientasi pada pengalaman pengunjung.

Atraksi wisata buatan di TMII secara umum dapat dikelompokkan ke dalam beberapa kategori utama, yaitu atraksi budaya, atraksi edukasi, dan atraksi rekreasi. Pengelompokan ini penting untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai karakter destinasi sebelum dilakukan analisis kesenjangan antara kondisi aktual dan citra digital.

Atraksi budaya di TMII diwujudkan melalui anjungan daerah yang merepresentasikan kebudayaan provinsi di Indonesia serta bangunan ikonik seperti Museum Indonesia Raya. Atraksi edukasi mencakup museum tematik seperti Museum IPTEK, Museum Transportasi, dan museum lainnya yang mengedepankan unsur pembelajaran. Sementara itu, atraksi rekreasi meliputi Danau Archipelago, taman rekreasi, pertunjukan seni, serta keindahan arsitektur kawasan hasil revitalisasi.

Dengan keberagaman atraksi tersebut, TMII memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata buatan unggulan, baik secara fisik maupun secara digital.

4.2 Kondisi Aktual Atraksi Wisata TMII di Lapangan

Berdasarkan hasil observasi lapangan, kondisi aktual atraksi wisata buatan di TMII menunjukkan peningkatan kualitas yang signifikan pascarevitalisasi. Museum-museum tematik telah mengalami pembaruan tata ruang, penyajian informasi yang lebih interaktif, serta perbaikan fasilitas pendukung.

Anjungan daerah tidak hanya berfungsi sebagai pajangan budaya, tetapi juga dimanfaatkan sebagai ruang aktivitas budaya dan edukasi. Danau Archipelago serta taman-taman tematik memberikan pengalaman rekreasi yang lebih nyaman dengan penataan lanskap yang lebih rapi dan ramah pengunjung.

Fasilitas pendukung seperti shuttle bus, jalur pedestrian, signage, toilet, dan area kuliner juga telah disesuaikan dengan standar destinasi modern. Meskipun demikian, masih ditemukan beberapa area yang dalam tahap penyesuaian operasional dan belum sepenuhnya optimal.

Secara keseluruhan, kondisi aktual TMII menunjukkan citra destinasi yang modern, tertata, dan memiliki daya tarik tinggi bagi wisatawan.

Panorama
Jurnal Kajian Pariwisata
ISSN : 3031-5085
Vol 6 No 2 Tahun 2026
Prefix DOI : 10.34833/panorama.v1i1.1395

4.3 Representasi Digital TMII Berdasarkan Data SEO

Berdasarkan penelusuran data digital melalui mesin pencari Google, Google Maps, website resmi TMII, dan media sosial, TMII memiliki visibilitas digital yang cukup tinggi. Informasi mengenai lokasi, ulasan pengunjung, dan dokumentasi visual relatif mudah ditemukan.

Namun, representasi digital TMII belum sepenuhnya mencerminkan kondisi aktual di lapangan. Beberapa informasi yang muncul dalam hasil pencarian masih merujuk pada kondisi sebelum revitalisasi, khususnya terkait harga tiket, jadwal operasional wahana, dan fasilitas terbaru.

Selain itu, foto-foto lama serta artikel terdahulu masih mendominasi halaman awal pencarian, sehingga membentuk persepsi digital yang belum sepenuhnya mutakhir. Hal ini menunjukkan bahwa strategi pengelolaan konten digital TMII belum terintegrasi secara optimal dengan perkembangan aktual destinasi.

4.4 Analisis Kesenjangan dan Identifikasi Permasalahan Utama

Perbandingan antara kondisi aktual di lapangan dan representasi digital berbasis SEO menunjukkan adanya kesenjangan informasi pada destinasi Taman Mini Indonesia Indah (TMII). Kesenjangan tersebut terutama terlihat pada aspek harga tiket, pembaruan fasilitas, dan narasi revitalisasi destinasi yang belum sepenuhnya tercermin dalam konten digital.

Informasi yang muncul pada mesin pencari masih didominasi oleh konten lama, sehingga belum menggambarkan perubahan signifikan pascarevitalisasi. Kondisi ini berpotensi menimbulkan perbedaan antara ekspektasi wisatawan sebelum berkunjung dengan pengalaman aktual di lapangan.

Berikut merupakan ringkasan kesenjangan antara kondisi aktual dan data digital TMII:

Aspek	Kondisi Aktual	Data Digital SEO	Tingkat Kesesuaian
Harga Tiket	Mengalamin Perubahan	Masih Banyak Versi lama	Tidak Sesuai
Fasilitas	Sudah Modern Dan Tertata	Belum Seluruhnya Ditampilkan	Kurang Sesuai
Atraksi	Diperbarui	Didominasi Konten lama	Kurang Sesuai
Citra Destinasi	Positif Dan Modern	Belum Sepenuhnya Mutakhir	Moderat Kurang Sesuai
Akses Dan Rute	Akurat	Akurat	Sesuai

Permasalahan utama yang teridentifikasi adalah belum terintegrasinya pengelolaan informasi digital dengan manajemen destinasi secara menyeluruh. Pembaruan fisik yang signifikan belum diikuti oleh pembaruan konten digital yang terencana dan berkelanjutan.

Panorama
Jurnal Kajian Pariwisata
ISSN : 3031-5085
Vol 6 No 2 Tahun 2026
Prefix DOI : 10.34833/panorama.v1i1.1395

Oleh karena itu, diperlukan strategi solutif berupa pembaruan konten digital secara rutin, sinkronisasi lintas platform, serta optimalisasi SEO yang menekankan narasi pascarevitalisasi. Upaya ini penting untuk menyelaraskan citra digital TMII dengan kondisi aktual destinasi.

5. Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa terdapat kesenjangan antara kondisi aktual destinasi wisata buatan Taman Mini Indonesia Indah (TMII) pascarevitalisasi dengan citra digital yang terbentuk melalui mesin pencari berbasis SEO. Transformasi fisik dan peningkatan kualitas fasilitas yang signifikan belum sepenuhnya tercermin dalam informasi digital yang diakses oleh wisatawan.

Kesenjangan tersebut disebabkan oleh keterlambatan pembaruan konten digital, kurangnya integrasi antarplatform, serta belum optimalnya pemanfaatan SEO sebagai strategi pengelolaan destinasi. Akibatnya, citra digital TMII masih dipengaruhi oleh konten lama yang berpotensi menimbulkan perbedaan ekspektasi dan pengalaman wisatawan.

Dengan demikian, pengelolaan destinasi wisata di era digital perlu dilakukan secara terpadu antara pengembangan fisik dan strategi komunikasi digital agar citra destinasi yang terbentuk selaras dengan kondisi aktual dan mendukung pariwisata berkelanjutan.

6. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar pengelola TMII melakukan pembaruan informasi digital secara rutin dan terjadwal, khususnya terkait harga tiket, fasilitas, dan atraksi wisata. Selain itu, diperlukan sinkronisasi lintas platform digital agar informasi yang disajikan konsisten dan akurat.

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dikembangkan dengan pendekatan kuantitatif atau analisis persepsi wisatawan untuk mengkaji pengaruh citra digital terhadap kepuasan dan keputusan berkunjung secara lebih mendalam.

Daftar Pustaka

Andri, K., et al. (2022). Pengembangan destinasi wisata berkelanjutan berbasis budaya. *Jurnal Pariwisata*.

Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*.

Hjalager, A. M. (2010). A review of innovation research in tourism. *Tourism Management*.

Kementerian BUMN. (2023). *Laporan Revitalisasi Taman Mini Indonesia Indah*.

Mill, R. C. (1990). *Tourism: The International Business*. Prentice Hall.

Pike, S. (2008). *Destination Marketing: An Integrated Marketing Communication Approach*. Elsevier.

Pike, S., & Ryan, C. (2004). Destination positioning analysis. *Journal of Travel Research*.

TWC. (2023). *Laporan Pengelolaan dan Pengembangan TMII*.

Xiang, Z., & Gretzel, U. (2010). Role of social media in online travel information search. *Tourism Management*.

Yoeti, O. A. (2008). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Pradnya Paramita.