

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sebelum adanya revolusi teknologi digital, masyarakat mengandalkan cara tradisional untuk menemukan lokasi sebuah tempat, yakni dengan bertanya langsung kepada orang-orang sekitar atau menggunakan peta fisik. Proses ini sering kali membutuhkan waktu yang lama dan hasilnya tidak selalu akurat. Peta-peta fisik yang tersedia bisa jadi sudah usang atau sulit dibaca, dan tanya jawab antar individu memerlukan keberuntungan bertemu orang yang mengetahui lokasi secara tepat. Selain itu, peta fisik tidak menyediakan informasi dinamis seperti kondisi terkini jalan atau rekomendasi tempat, sehingga pengalaman menemukan lokasi terkadang menjadi pengalaman yang membingungkan dan tidak efisien.¹

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era digital saat ini telah mengalami akselerasi yang sangat pesat. Perubahan-perubahan ini tidak hanya menyentuh aspek sosial dan ekonomi, tetapi juga secara signifikan memengaruhi cara manusia berinteraksi, berkomunikasi, dan menyebarkan informasi. Teknologi telah mengubah wajah peradaban manusia dengan menghadirkan berbagai inovasi yang menjangkau seluruh sendi kehidupan, termasuk dalam hal pengembangan cara komunikasi manusia.

Temuan ini sejalan dengan hadirnya berbagai platform komunikasi yang berpengaruh untuk menyebarkan informasi, termasuk dalam ranah dakwah digital dan pariwisata religi. Kemunculan teknologi digital merevolusi cara masyarakat mencari dan menemukan lokasi, khususnya dengan layanan peta digital seperti Google Maps yang secara resmi diluncurkan pada tahun 2005.²

¹ Longley, P. A., Goodchild, M. F., Maguire, D. J., & Rhind, D. W. (2015). *Geographic Information Science and Systems* (4th ed.). Wiley.

² Irawan, F. & Ganiza, R. (2021). *The impact of user-generated content on tourism decision-making: A Google Maps perspective*.

Google Maps tidak hanya menyediakan peta digital statis, tetapi juga fitur navigasi real-time, perhitungan rute tercepat, dan panduan suara yang sangat membantu pengguna saat berkendara atau berjalan kaki. Pengguna tidak lagi bergantung pada pengetahuan orang lain atau peta cetak yang statis, melainkan dapat langsung mendapatkan petunjuk arah yang akurat melalui perangkat mobile. Google Maps juga menyediakan fitur pencarian yang sangat membantu pengguna dalam menemukan tempat wisata dengan cepat dan relevan, didukung sistem auto-complete dan algoritma cerdas.

Transformasi digital ini sangat mempermudah pencarian tempat dan perencanaan perjalanan, terutama untuk kebutuhan yang spesifik seperti wisata religi. Google Maps dilengkapi dengan fitur interaktif UGC (*User Generated Content*) seperti ulasan, rating lokasi, dan foto-foto terbaru. Semua ini membantu pengambilan keputusan bagi wisatawan, termasuk wisatawan muslim yang mencari destinasi wisata religi di Bandung, sehingga mereka dapat membuat perencanaan perjalanan yang lebih tepat, nyaman, dan aman.

Google Maps telah menjadi alat utama bagi wisatawan global karena menyediakan kemudahan akses informasi yang lengkap dan semua tersedia dalam satu platform yang mudah digunakan. Dengan Google Maps, pengguna dapat melakukan survei lokasi secara digital melalui peta interaktif, foto, dan ulasan pengunjung, yang sangat mengurangi risiko tersesat dan membuat perjalanan lebih efisien. Pengalaman berwisata menjadi lebih terencana dan informatif berkat kemampuan Google Maps dalam mengintegrasikan berbagai sumber data relevan dalam satu aplikasi.³

Tren penggunaan Google Maps oleh wisatawan menunjukkan peningkatan signifikan dalam ketergantungan pada aplikasi ini sebagai media bantu perjalanan. Mayoritas responden wisatawan merasa terbantu dan tidak lagi perlu bertanya arah secara langsung. Fitur UGC berupa rating, review, foto, dan ulasan berpotensi memberikan kontribusi besar pada

³ Baiquni, A. (2023). *Aplikasi Google Maps dalam promosi objek wisata. (Studi kasus penggunaan Google Maps sebagai alat promosi dan navigasi untuk destinasi wisata)*.

pengambilan keputusan dan perencanaan wisata, sekaligus memungkinkan pelaku pariwisata menganalisis pola pergerakan wisatawan.⁴

Google Maps tidak hanya berfungsi sebagai alat navigasi, tetapi juga media penting dalam mendukung pengelolaan pariwisata melalui informasi digital yang valid, lengkap, dan terupdate. Informasi yang disajikan mencakup foto-foto tempat wisata, jam operasional, fasilitas, hingga update terkini. Pengelola tempat wisata dapat berperan dengan memperbarui informasi, menambahkan foto, atau merespons ulasan, sehingga komunitas pengguna turut berperan dalam menjaga kualitas dan kredibilitas data.⁵

Informasi wisata religi di Google Maps kini telah menjadi sumber utama referensi bagi wisatawan muslim dalam merencanakan perjalanan ibadah.⁶ Bandung merupakan salah satu kota tujuan wisata utama di Indonesia, mencatat total kunjungan 7.752.507 jiwa pada tahun 2023, didominasi wisatawan domestik.⁷ Angka ini diproyeksikan terus meningkat, mencapai target 8,7 juta kunjungan pada akhir tahun 2025. Meskipun kuliner menjadi magnet utama, wisata religi di Bandung (masjid-masjid besar dan bersejarah) juga menarik minat signifikan.

Keberagaman atraksi menjadikan Bandung mampu memberikan pengalaman otentik dan lengkap bagi wisatawan Muslim. Fitur-fitur Google Maps seperti rating dan ulasan memungkinkan calon wisatawan menilai kualitas dan kenyamanan masjid serta tempat ibadah sebelum berkunjung. Sebagai contoh, Masjid Raya Al Jabbar dan Masjid Raya Bandung adalah landmark religius yang mendapatkan rating tinggi disertai banyak ulasan

⁴ Irawan, F. & Ganiza, R. (2021). *The impact of user-generated content on tourism decision-making: A Google Maps perspective*.

⁵ Serra Cantallops, A., & Salvi, F. (2014). *The role of location-based services in tourism marketing: A review*. *Journal of Tourism Management*, 40, 1-12.

⁶ Affandi, A., & Rahman, S. (2024). *Persepsi Wisatawan terhadap Ulasan Digital pada Destinasi Religi*

⁷ Badan Pusat Statistik Kota Bandung. (2023). Jumlah Wisatawan Menurut Jenis - Tabel Statistik. Diakses dari <https://bandungkota.bps.go.id/id/statistics-table/2/MjUxIzI=/jumlah-wisatawan-menurut-jenis.html>

positif.⁸ Menurut data Google Maps per Agustus 2025, Masjid Agung Trans Studio memperoleh rating tertinggi 4,8 dengan 16.005 ulasan pengguna.⁹

Ulasan tersebut tidak hanya menggambarkan pengalaman beribadah, tetapi juga fungsi masjid sebagai pusat dakwah secara digital. Teknologi seperti Google Maps memungkinkan pengunjung merancang kunjungan dengan informasi tentang jadwal salat, fasilitas khusus, dan program kegiatan dakwah, yang menambah nilai bagi pengalaman wisata religi. Dengan dukungan informasi digital google maps, masjid-masjid di Bandung berpotensi memiliki peran strategis sebagai destinasi wisata yang menggabungkan spiritualitas, edukasi, dan teknologi.¹⁰

Dalam konteks digitalisasi media, Google Maps telah bertransformasi melampaui fungsinya sebagai alat navigasi sederhana. Sejumlah studi empiris telah membuktikan pengaruh Google Maps sebagai media promosi yang sangat kuat, terutama dalam konteks pemasaran bisnis lokal dan memengaruhi keputusan konsumen.¹¹

Keberhasilan Google Maps dalam memfasilitasi penyebaran informasi produk komersial ini menunjukkan bahwa fitur-fitur teknisnya—seperti deskripsi yang detail, rating, ulasan, dan *real-time updates*—memiliki kemampuan komunikasi yang tinggi. Inilah yang menjadi titik tolak penelitian ini.

Jika fitur-fitur tersebut berpengaruh dalam mempromosikan produk, maka secara potensial, fitur yang sama dapat dialihkan dan dioptimalkan untuk mendukung Media Komunikasi Dakwah Digital dan menyebarkan informasi yang bernilai spiritual. Namun, meskipun pengaruh Google Maps dalam ranah komersial sudah teruji, belum ada penelitian yang secara spesifik mengukur seberapa besar platform ini berpengaruh sebagai media

⁸ DetikInet. (2025). *Google Maps sebagai alat navigasi dan informasi real-time bagi wisatawan*. DetikInet News. Tersedia di: <https://www.detik.com>

⁹ Google Maps. 01 Agustus 2025.

¹⁰ Kusuma, M. (2023). *Aplikasi Google Maps API dalam Pengembangan Wisata Religi*.

¹¹ Jiki Romadon, dkk. 2023. Sistem Informasi Wisata Religi di Kota Banjarmasin Berbasis Flutter dan Firebase. *JSITIK, Vol.2 No.1 Desember 2023*.

komunikasi dakwah digital dalam menyebarkan informasi wisata religi dan dampaknya terhadap kepuasan wisatawan Muslim.

Kesenjangan literatur inilah yang memberikan kebaruan (*novelty*) dengan menguji fokus analisis dari nilai keuntungan (*profit value*) ke nilai spiritual (*spiritual value*). Observasi terhadap perilaku wisatawan di Bandung mengungkapkan bahwa sebagian besar pengguna Google Maps memanfaatkan fitur ulasan dan foto untuk menilai kualitas destinasi wisata. Ulama dan akademisi pariwisata digital menilai bahwa kredibilitas ulasan sangat berpengaruh terhadap preferensi kunjungan, terutama dalam konteks wisata religi yang membutuhkan keyakinan akan fasilitas ibadah yang memadai.

Teori TAM yang dikembangkan oleh Ronald A. Smith dan Fred S. Schwartz menegaskan bahwa keberhasilan sebuah media komunikasi, seperti Google Maps, sangat bergantung pada penyampaian informasi yang akurat, jelas, dan mudah dipahami oleh penerima pesan. Smith dan Schwartz berpendapat bahwa besarnya pengaruh komunikasi diukur dari sejauh mana penerima pesan dapat memahami makna dan maksud dari pesan tersebut sesuai dengan harapan pengirimnya.¹²

Teori Uses and Gratifications menegaskan bahwa pengguna media, termasuk wisatawan Muslim, secara aktif memilih dan menggunakan aplikasi yang dapat memenuhi kebutuhan mereka. Dalam konteks penggunaan Google Maps untuk wisata religi, wisatawan memilih fitur Google Maps karena aplikasi tersebut memenuhi kebutuhan informasi mereka (lokasi masjid, jadwal salat, fasilitas), yang membantu merencanakan perjalanan dengan lebih baik. Pengguna merasa puas ketika kebutuhan mereka akan informasi tersebut terpenuhi.¹³

Teori Computer-Mediated Communication (CMC) menjelaskan bahwa platform seperti Google Maps memungkinkan terjadinya komunikasi dua

¹² Smith, R. A., & Schwartz, F. S. (n.d.). *A theory of effectiveness: Faculty development. Case studies. In To Improve the Academy.*

¹³ Elihu Katz, Michel Gurevitch dan Hadassa Hass. (1973). *Teori Uses and Gratification* (Penggunaan dan Kepuasan).

arah antara pengelola wisata religi dan pengguna melalui fitur ulasan dan *feedback*. Fitur ini memungkinkan wisatawan menyampaikan pengalaman, kritik, dan saran yang dapat digunakan oleh pengelola untuk meningkatkan kualitas layanan.¹⁴

Namun, dalam konteks dakwah digital, pengawasan dan verifikasi konten menjadi sangat penting agar informasi yang tersebar tetap akurat dan tidak menimbulkan misinformasi. Pengaruh komunikasi digital bergantung pada kredibilitas informasi dan keterlibatan aktif antara pengelola dan pengguna. Tantangannya adalah perlunya mekanisme pengawasan yang ketat untuk memfilter konten yang dapat mengganggu keberhasilan komunikasi dan tujuan dakwah.

Google Maps mampu menyediakan informasi lokasi, jadwal kegiatan, dan fasilitas secara *real-time* yang sangat membantu wisatawan muslim. Namun, masih terdapat gap signifikan terkait optimalisasi fitur Google Maps oleh pengelola tempat wisata, serta validitas dan kelengkapan informasi yang tersedia.

Informasi wisata religi yang tersedia di Google Maps seringkali belum lengkap atau kurang diperbarui, sehingga mengakibatkan pengalaman wisata para pengunjung kurang optimal. Kurangnya pemusatan informasi dan informasi yang terfragmentasi menjadi hambatan utama dalam pemberian layanan informasi digital pada destinasi wisata religi. Hal serupa terjadi di Bandung, di mana *update* informasi dan pengelolaan data oleh pengelola lokasi masih belum maksimal.

Selain itu, optimalisasi pemanfaatan fitur Google Maps oleh pengelola lokasi masih kurang optimal, sementara sebagian wisatawan juga belum cukup memahami fitur-fitur canggih yang tersedia. Kurangnya edukasi dan sosialisasi tentang fitur platform ini menjadi kendala yang memperlambat optimalisasi wisata religi berbasis digital. Oleh karena itu, penguatan kapasitas pengelola dan edukasi wisatawan perlu ditingkatkan.

¹⁴ Walther, J. B. (1992). *Interpersonal Effects in Computer-Mediated Interaction: A Relational Perspective*. *Communication Research*, 19(1), 52-90

Berdasarkan uraian di atas, terdapat dugaan bahwa Google Maps memiliki potensi besar sebagai media komunikasi dakwah digital dalam penyebaran informasi wisata religi, terutama bagi wisatawan Muslim di Bandung. Namun, masih terdapat berbagai kendala terkait optimalisasi pemanfaatan fitur dan validitas informasi yang perlu mendapat perhatian serius dan kajian lebih mendalam. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi sangat penting untuk dilakukan dengan tujuan mengukur seberapa besar pengaruh Google Maps sebagai media penyebaran informasi wisata religi dan sekaligus menggali pengalaman serta seberapa jauh kepuasan Wisatawan Muslim dalam menggunakan platform ini.

Merujuk pada temuan-temuan diatas, studi ini terfokus pada pendekatan yang menguji pengaruh Google Maps khususnya dalam konteks dakwah digital dan wisata religi dengan fokus pada pengalaman wisatawan Muslim di Bandung. Penelitian ini membedakan diri dari penelitian wisata religi umum dengan menggarisbawahi dimensi digital dan teknologi sebagai media komunikasi dakwah yang interaktif. Dengan menelaah pemanfaatan Google Maps secara spesifik, tesis ini berkontribusi dalam literatur tentang komunikasi dakwah digital dan pengembangan pariwisata berbasis teknologi, sekaligus memberikan rekomendasi praktis.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian mengenai dugaan potensi dan kendala yang dihadapi dalam pemanfaatan Google Maps sebagai media komunikasi dakwah digital untuk menyebarkan informasi wisata religi, maka rumusan masalah dapat dirumuskan sebagai berikut:

- 1) Seberapa besar Tingkat kesesuaian informasi yang tersedia di Google Maps dengan realitas aktual di lokasi wisata religi Bandung?
- 2) Seberapa besar Pengaruh Penggunaan Google Maps Terhadap Penyebaran Informasi Wisata Religi di Bandung?
- 3) Seberapa besar Pengaruh Penggunaan Google Maps Terhadap Kepuasan Wisatawan Muslim di Bandung?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1) Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas dan terukur mengenai berbagai aspek penggunaan Google Maps sebagai media komunikasi dakwah digital dalam penyebaran informasi wisata religi kepada wisatawan Muslim di Bandung. Tujuan penelitian ini dirumuskan untuk memastikan fokus kajian yang sistematis dan terarah sehingga dapat menghasilkan temuan yang relevan dan signifikan. Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibahas, adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui besaran Tingkat kesesuaian informasi yang tersedia di Google Maps dengan realitas aktual di lokasi wisata religi Bandung. Penelitian ini bertujuan membandingkan data digital di Google Maps dengan kondisi fisik aktual di lokasi religi seperti kesesuaian jam operasional, keakuratan penanda fasilitas (toilet dan area parkir), dan kesesuaian foto dan ulasan dengan kondisi fisik terkini.
- b. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Google Maps terhadap penyebaran informasi wisata religi. Penelitian ini bertujuan mengukur sejauh mana Google Maps mampu menyampaikan informasi tentang destinasi wisata religi secara luas, akurat, dan tepat sasaran kepada masyarakat, khususnya wisatawan muslim.
- c. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Google Maps terhadap kepuasan wisatawan muslim di Bandung. Fokusnya adalah pada dampak penggunaan Google Maps dalam memberikan pengalaman dan kepuasan pengguna, termasuk kemudahan menemukan lokasi wisata, ketersediaan informasi yang relevan seperti fasilitas ibadah dan makanan halal, serta kemudahan navigasi.

Dengan pemahaman yang mendalam terhadap tujuan penelitian, diharapkan hasil studi ini tidak hanya mampu menjawab permasalahan

yang ada tetapi juga memberikan kontribusi praktis dalam pengembangan wisata religi berbasis teknologi digital.

2) Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang signifikan, baik secara teoritis maupun praktis, bagi berbagai pihak. Adapun manfaat teoritis dan manfaat praktis dalam penelitian ini, sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis mengacu pada nilai atau sumbangsih yang diberikan oleh sebuah penelitian dalam memperdalam, memperkaya, maupun memperluas teori yang telah ada dalam suatu disiplin ilmu tertentu. Kegunaan ini mencerminkan peran penelitian dalam memberikan pemahaman ilmiah yang lebih komprehensif terhadap konsep, model, atau kerangka teori yang menjadi fokus kajian. Adapun manfaat teoritis pada penelitian kali ini yaitu, sebagai berikut:

- (1) Pengembangan Model Integrasi TAM dan GIS: Penelitian ini memberikan kontribusi ilmiah dalam menguji kembali *Technology Acceptance Model* (TAM) yang diintegrasikan dengan Pengaruh Sistem Informasi Geografis (GIS). Secara teoritis, penelitian ini memperkuat proposisi bahwa penerimaan teknologi navigasi berbanding lurus dengan Pengaruh pencapaian tujuan perjalanan di sektor wisata religi.
- (2) Pengayaan Teori Penyebaran Informasi Digital: Melalui penggunaan *Information Adoption Model* (IAM), penelitian ini memperluas kajian mengenai bagaimana informasi berbasis lokasi (*location-based services*) diadopsi oleh wisatawan Muslim. Hal ini memberikan perspektif baru tentang peran data spasial dalam mengurangi ketidakpastian informasi di destinasi wisata yang memiliki nilai sakral.

(3) Integrasi Kaidah Komunikasi Islam dalam Kajian Digital:

Penelitian ini secara teoritis mengontekstualisasikan prinsip *Tabayyun* dan *Qaulan Sadidan* ke dalam fitur ulasan dan metadata Google Maps. Hal ini memberikan landasan akademis bahwa keakuratan data digital dalam Islam bukan sekadar kebutuhan teknis, melainkan kewajiban etis dalam berkomunikasi.

b. Manfaat praktis

Manfaat Praktis adalah kegunaan atau kontribusi nyata dari hasil penelitian yang dapat diterapkan secara langsung untuk menyelesaikan masalah atau memberikan solusi konkret di lapangan. Manfaat praktis menekankan penerapan hasil penelitian untuk memberikan dampak positif yang spesifik dan terukur bagi berbagai pihak terkait. Manfaat ini bisa bersifat jangka pendek maupun jangka panjang dan biasanya dirasakan langsung oleh Pengelola Destinasi Wisata Religi, Wisatawan Muslim, dan akademisi serta peneliti selanjutnya.

- (1) Bagi Pengelola Destinasi Wisata Religi: Penelitian ini memberikan masukan praktis bagi pengelola masjid atau situs sejarah untuk menyadari pentingnya pemutakhiran data (fasilitas ibadah, kebersihan, aksesibilitas) di Google Maps. Hal ini penting untuk menjaga kesesuaian antara ekspektasi wisatawan dengan realitas di lapangan guna menghindari ketidakpuasan (*disconfirmation theory*).
- (2) Bagi Wisatawan Muslim: Memberikan edukasi praktis mengenai pemanfaatan fitur-fitur Google Maps secara optimal (seperti fitur ulasan, rating, QnA, dan Foto) untuk merencanakan perjalanan ibadah yang lebih efisien, aman, dan nyaman selama berada di Kota Bandung.
- (3) Bagi Peneliti Selanjutnya: Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi atau data sekunder bagi akademisi lain yang

ingin meneliti topik serupa dengan variabel yang berbeda, seperti variabel kepercayaan (*trust*) terhadap algoritma navigasi atau pengaruh moderasi literasi digital pada wisatawan senior.

D. Kerangka Pemikiran

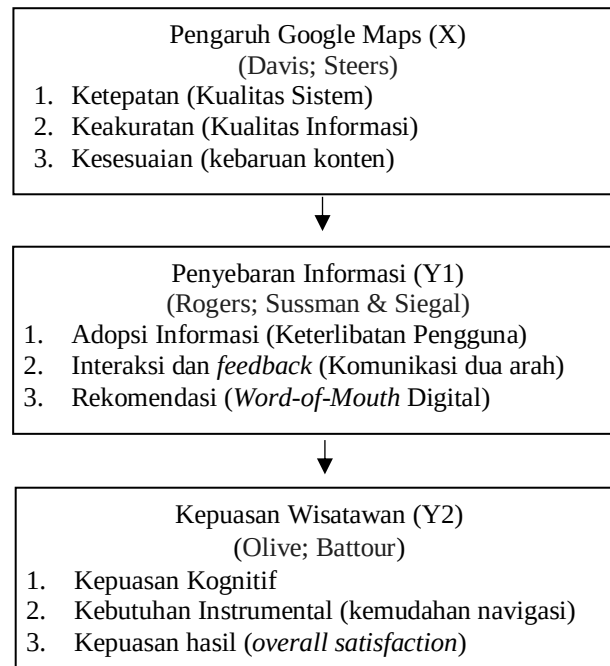
Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dibangun atas dasar premis bahwa penggunaan teknologi navigasi berbasis Sistem Informasi Geografis (GIS) merupakan variabel pendorong utama dalam ekosistem pariwisata religi modern. Alur logika dimulai dari variabel independen, yaitu Pengaruh Penggunaan Google Maps (X). Secara teoritis, Pengaruh ini diukur melalui lensa *Technology Acceptance Model* (TAM), di mana tingkat penerimaan wisatawan terhadap Google Maps dipengaruhi oleh persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Ketika wisatawan Muslim merasa bahwa aplikasi ini intuitif dan secara nyata membantu mereka menemukan titik koordinat objek religi di Bandung dengan tepat, akurat, dan sesuai, maka teknologi tersebut telah mencapai derajat Pengaruh yang tinggi. Pengaruh ini menjadi fondasi bagi wisatawan untuk mempercayai dan mengandalkan sistem digital dalam setiap tahapan perjalanan spiritual mereka.

Penggunaan Google Maps tersebut diduga memiliki pengaruh langsung terhadap Penyebaran Informasi Wisata Religi (Y1). Hubungan ini dijelaskan melalui *Information Adoption Model* (IAM), di mana Google Maps bertindak sebagai saluran distribusi informasi yang masif. Informasi mengenai lokasi wisata religi menyebar secara dinamis melalui konten yang dihasilkan oleh pengguna (*user-generated content*). Dalam perspektif komunikasi Islam, proses penyebaran ini memfasilitasi prinsip *Tabayyun* karena wisatawan dapat melakukan verifikasi visual melalui fitur Ulasan, Rating, QnA, *Street View* dan foto terkini sebelum mengunjungi lokasi. Semakin Berpengaruh sistem GIS bekerja, maka semakin cepat dan luas informasi berkualitas yang terserap oleh wisatawan, sehingga memitigasi

risiko kesalahpahaman informasi mengenai rute dan kondisi objek wisata religi di Kota Bandung.

Kerangka pemikiran ini bermuara pada Kepuasan Wisatawan Muslim (Y2). Hubungan ini didasarkan pada teori *Expectancy Disconfirmation*, di mana kepuasan lahir dari kesesuaian antara informasi yang disebarkan melalui Google Maps (ekspektasi) dengan pengalaman nyata di lokasi (performa). Jika Google Maps memberikan informasi akurat mengenai kebutuhan instrumental seperti ketersediaan fasilitas parkir, toilet, tempat wudhu, dan ruang salat, maka wisatawan muslim akan merasakan kepuasan kognitif dan hasil. Secara kolektif, alur pemikiran ini menyimpulkan bahwa penggunaan Google Maps yang Berpengaruh tidak hanya memudahkan mobilisasi, tetapi juga menjamin terpenuhinya standar kebutuhan spiritual dan fungsional wisatawan, yang pada akhirnya membentuk pengalaman wisata religi yang memuaskan di Kota Bandung.

Kerangka pemikiran ini menyimpulkan bahwa semakin Berpengaruh dan berkualitas penggunaan Google Maps, maka semakin tinggi pula tingkat keberhasilan penyebaran informasi wisata religi sekaligus semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh wisatawan Muslim. Secara umum, kerangka pemikiran diatas dapat dipahami melalui bagan berikut:



Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran

E. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Disebut sementara karena jawaban ini didasarkan pada teori yang relevan, bukan pada fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Hipotesis juga bisa dipandang sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, yang belum menjadi jawaban empiris.¹⁵

Berdasarkan kerangka berpikir yang telah dipaparkan, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

Ha : Diduga Penggunaan Google Maps Berpengaruh terhadap penyebaran informasi wisata religi dan kepuasan wisatawan muslim di Bandung.

Hipotesis ini berfungsi untuk diuji dalam penelitian guna membuktikan apakah terdapat hubungan dan pengaruh yang signifikan antara variabel-variabel yang diteliti terkait Pengaruh penggunaan Google Maps dalam penyebaran informasi wisata religi dan kepuasan wisatawan muslim di Bandung.

¹⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2021).