



PT. RADJA INTERCONTINENTAL  
PUBLISHING

**DINAMIKA DUKUNGAN MASYARAKAT TERHADAP**  
**PARIWISATA**  
**ISLAM:**  
**EMOSI, KEPASTIAN, DAN KEPERCAYAAN PUBLIK**



Munandar, SE., M.M



PT. RADJA INTERCONTINENTAL  
PUBLISHING

**DINAMIKA DUKUNGAN MASYARAKAT TERHADAP**  
**PARIWISATA**  
**ISLAM:**  
**EMOSI, KEPASTIAN, DAN KEPERCAYAAN PUBLIK**

Munandar, SE., M.M

## UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

### **Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4**

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

### **Pembatasan Pelindungan Pasal 26**

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

1. Penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
2. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan Karya Ilmiah ilmu pengetahuan;
3. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
4. Penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

### **Sanksi Pelanggaran Pasal 113**

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

# **DINAMIKA DUKUNGAN MASYARAKAT TERHADAP PARIWISATA ISLAM: EMOSI, KEPASTIAN, DAN KEPERCAYAAN PUBLIK**

**Penulis**

Munandar, SE., M.M

**Penerbit**

**PT. Radja Intercontinental Publishing**



**PENERBIT PT. RADJA INTERCONTINENTAL  
PUBLISHING**  
(Grup Publikasi RADJA PUBLIKA)

**SERTIFIKAT IKAPI**



**No.032/DIA/2023**

**Alamat Redaksi:**

Jl. Cempaka Putih, Sp. Tiga Blang Rayeuk, Dsn. Angsana,  
Kota Lhokseumawe  
Telp. 081269223511

**Email:**

pt.radja.intercontinental.publis@gmail.com

Isi diluar tanggung jawab percetakan  
Hak Cipta Dilindungi Undang-undang Dilarang  
memperbanyak karya tulis dalam bentuk dan dengan  
cara apapun, tanpa ijin tertulis dari penerbit

**DINAMIKA DUKUNGAN MASYARAKAT  
TERHADAP PARIWISATA ISLAM: EMOSI,  
KEPASTIAN, DAN KEPERCAYAAN PUBLIK**

**ISBN :**  
978-634-7495-02-0

**Penulis :**  
Munandar, SE., M.M

**Editor :**  
Muhammad Multazam, S.E., M.S.M., CPRM

**Penyunting :**  
Rahmat Idhami, S.Tr.T

**Desain sampul dan tata letak:**  
Rahmat Idhami, S.Tr.t  
(Sumber Gambar: Freepik.com)

**Tanggal Terbit:**  
September 2025

**Jumlah Halaman :**  
121

**Penerbit:**



**PT. Radja Intercontinental  
Publishing**

vi | Dinamika Dukungan Masyarakat terhadap Pariwisata Islam:  
Emosi, Kepastian, dan Kepercayaan Publik di Kota Sabang

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat-Nya sehingga buku monograf ini dapat diselesaikan. Buku ini mengkaji secara empiris bagaimana persepsi kepastian, emosi negatif, dan kepercayaan terhadap pemerintah memengaruhi dukungan masyarakat terhadap pariwisata Islam, dengan studi kasus di Kota Sabang. Melalui pendekatan Cognitive Appraisal Theory dan metode SEM-PLS, buku ini diharapkan memberikan kontribusi teoritis dan praktis bagi pengembangan kebijakan publik berbasis nilai.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada seluruh pihak yang telah membantu, khususnya responden dan institusi yang mendukung proses Pencarian ini. Semoga buku ini bermanfaat bagi akademisi, praktisi, dan pengambil kebijakan dalam mewujudkan pariwisata yang berkelanjutan, inklusif, dan selaras dengan nilai-nilai Islam.

Lhokseumawe, Juli 2025

Munandar, S.E., M.M

## DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Peraturan Hak Cipta .....	ii
Halaman Sampul.....	iii
Halaman Penerbit.....	iv
Balik Halaman Judul.....	v
Alamat Redaksi.....	vi
Kata Pengantar .....	vii
Daftar Isi .....	ix
Bab I    Pendahuluan .....	1
Bab II    Tinjauan Pustaka .....	28
Bab III    Metode Pencarian.....	63
Bab IV    Hasil Dan Pembahasan.....	82
Bab V    Implikasi Sosial Dan Kultural.....	92
Bab VI    Kesimpulan Dan Saran.....	97
Daftar Pustaka .....	117
Profil Penulis.....	111

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Dalam beberapa dekade terakhir, pariwisata telah menjadi salah satu sektor dengan pertumbuhan tercepat di banyak negara berkembang. Kontribusi sektor ini tidak hanya terbatas pada peningkatan pendapatan nasional, tetapi juga menciptakan lapangan pekerjaan, mempercepat pembangunan infrastruktur, dan meningkatkan pertukaran budaya antar komunitas. Di tengah dinamika globalisasi dan meningkatnya permintaan terhadap pengalaman wisata yang autentik dan berbasis nilai, konsep pariwisata Islam muncul sebagai alternatif yang mengedepankan prinsip syariah dalam praktiknya. Pariwisata Islam mencerminkan kebutuhan wisatawan Muslim terhadap layanan dan lingkungan yang sesuai dengan nilai-nilai keagamaan mereka, seperti makanan halal, fasilitas ibadah, dan norma-norma sosial berbasis syariat. Kota Sabang, sebagai salah satu destinasi unggulan di Aceh, menempati posisi strategis dalam mengembangkan sektor ini mengingat dominasi penduduk Muslim dan potensi pariwisata alam serta budaya yang kaya.

Sebagai provinsi dengan status kekhususan dalam penerapan syariat Islam, Aceh memiliki legitimasi kultural dan normatif yang kuat untuk mengembangkan pariwisata Islam. Namun demikian, adopsi konsep ini tidak selalu mendapat sambutan positif dari seluruh elemen masyarakat lokal. Perbedaan pandangan muncul sebagai konsekuensi dari kompleksitas sosial dan keberagaman latar belakang warga, terutama terkait pemahaman terhadap nilai Islam dan dampak dari pariwisata itu sendiri. Sebagian penduduk menunjukkan kecemasan dan kekhawatiran terhadap perubahan sosial, ekonomi, dan budaya yang mungkin terjadi akibat peningkatan aktivitas wisata. Oleh karena itu, kajian yang mendalam terhadap dinamika sikap masyarakat terhadap pariwisata Islam menjadi sangat relevan untuk memastikan keberlanjutan program ini.

Dalam memahami sikap masyarakat terhadap pariwisata Islam, pendekatan psikososial diperlukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor determinan. sebelumnya telah menunjukkan bahwa persepsi terhadap kepastian hukum, emosi negatif, serta kepercayaan terhadap institusi pemerintah memiliki pengaruh signifikan terhadap dukungan masyarakat dalam konteks pembangunan.

Kepastian terkait norma-norma sosial dan peraturan pemerintah memberikan rasa aman dan memperkuat kepercayaan terhadap arah kebijakan. Sementara itu, emosi negatif seperti ketidaknyamanan, kecemasan, dan kekhawatiran dapat menjadi hambatan dalam pembentukan dukungan sosial terhadap kebijakan publik. Dalam kerangka ini, hubungan antara ketiga faktor tersebut menjadi sangat penting untuk dianalisis guna memahami dinamika dukungan terhadap pariwisata Islam.

- sebelumnya memberikan dasar teoritis bahwa kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah berperan dalam pembentukan sikap kooperatif terhadap kebijakan, termasuk dalam sektor pariwisata. Dalam konteks pengembangan pariwisata berbasis Islam, tingkat kepercayaan ini menjadi semakin krusial mengingat keterkaitan antara regulasi, norma syariah, dan aspirasi masyarakat lokal. Pemerintah berperan sebagai aktor sentral dalam merancang dan mengimplementasikan kebijakan pariwisata, sehingga persepsi masyarakat terhadap kredibilitas dan kejujuran pemerintah sangat menentukan keberhasilan program tersebut. Jika masyarakat menilai pemerintah tidak transparan atau tidak memprioritaskan

nilai-nilai Islam, maka akan timbul resistensi dan emosi negatif yang memperlemah dukungan terhadap kebijakan pariwisata. Oleh karena itu, pendekatan yang mempertimbangkan kepercayaan institusional dan emosi kolektif menjadi kunci dalam memahami dukungan sosial terhadap kebijakan pariwisata Islam.

Aceh, khususnya Kota Sabang, dipilih sebagai lokasi karena memiliki karakteristik demografis dan sosial yang sangat representatif untuk kajian ini. Populasi mayoritas Muslim yang taat terhadap nilai-nilai agama menjadi latar yang ideal untuk mengeksplorasi persepsi masyarakat terhadap konsep pariwisata Islam. Selain itu, Pulau Sabang juga merupakan destinasi wisata unggulan yang terus berkembang dan menerima intervensi kebijakan dari pemerintah daerah dan pusat dalam upaya menjadikannya sebagai ikon wisata halal nasional. Dengan demikian, hasil ini diharapkan memiliki relevansi tidak hanya pada konteks lokal, tetapi juga dapat dijadikan rujukan bagi daerah lain dengan karakteristik serupa yang ingin mengembangkan pariwisata Islam secara berkelanjutan.

Secara teoritis, pendekatan yang digunakan dalam ini mengacu pada Cognitive Appraisal Theory (CAT) yang menekankan pentingnya evaluasi kognitif terhadap peristiwa dan aktor dalam pembentukan emosi dan perilaku sosial. Dalam kerangka ini, persepsi terhadap agen atau pelaku kebijakan - dalam hal ini pemerintah - akan memengaruhi jenis dan intensitas emosi yang dirasakan masyarakat. Apabila masyarakat menilai pemerintah memiliki niat yang baik, kompetensi yang tinggi, dan keselarasan nilai, maka emosi negatif cenderung menurun dan dukungan terhadap kebijakan meningkat. Sebaliknya, apabila persepsi negatif mendominasi, maka muncul resistensi dan penolakan yang dapat menghambat keberhasilan kebijakan publik. Oleh karena itu, memahami interaksi antara emosi negatif, kepastian, dan kepercayaan menjadi sangat penting dalam pengembangan pariwisata Islam.

ini bertujuan untuk menjawab berbagai pertanyaan kunci terkait hubungan antara emosi, persepsi, dan sikap masyarakat terhadap pariwisata Islam. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan model struktural, ini mengkaji secara empiris peran kepastian, emosi negatif,

dan kepercayaan terhadap pemerintah dalam membentuk dukungan masyarakat terhadap pengembangan pariwisata Islam. Harapannya, hasil dari studi ini tidak hanya memberikan kontribusi akademik dalam bidang ilmu sosial dan pariwisata, tetapi juga menjadi dasar dalam merumuskan kebijakan yang lebih efektif dan kontekstual. Pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya dapat menggunakan temuan ini untuk merancang strategi komunikasi dan partisipasi masyarakat yang lebih inklusif. Dengan demikian, pengembangan pariwisata Islam di Indonesia, khususnya di Aceh, dapat berjalan selaras dengan nilai-nilai lokal dan aspirasi masyarakat.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah merupakan landasan krusial dalam ilmiah karena menjadi panduan dalam menyusun tujuan, metode, dan analisis data yang dilakukan. Dalam konteks ini, rumusan masalah disusun untuk mengidentifikasi dan memahami faktor-faktor yang memengaruhi dukungan masyarakat terhadap pengembangan pariwisata Islam di Kota Sabang. Berangkat dari fenomena ketidakpastian dan beragamnya reaksi emosional masyarakat terhadap pariwisata berbasis nilai-

nilai Islam, peneliti memfokuskan kajian pada tiga variabel utama: kepastian, emosi negatif, dan kepercayaan terhadap pemerintah. Ketiga variabel ini diyakini memiliki peran penting dalam membentuk sikap masyarakat terhadap sektor pariwisata. Pemahaman yang komprehensif terhadap keterkaitan ketiga variabel tersebut diperlukan untuk menjelaskan fenomena sosial yang kompleks ini.

Fenomena yang menjadi latar belakang adalah bahwa dalam berbagai program pariwisata Islam, implementasinya seringkali tidak berjalan seiring dengan ekspektasi masyarakat lokal. Ketidaksesuaian antara klaim keislaman dan realitas lapangan dapat menimbulkan kekecewaan, skeptisisme, bahkan penolakan. Hal ini kemudian memunculkan berbagai bentuk emosi negatif, termasuk kecemasan, kemarahan, atau ketidaknyamanan. Emosi-emosi tersebut berdampak langsung terhadap tingkat dukungan masyarakat terhadap kebijakan pembangunan yang dilakukan pemerintah. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji apakah dan sejauh mana emosi negatif tersebut dipengaruhi oleh ketidakpastian dan persepsi masyarakat terhadap pemerintah.

Selain faktor emosi, persepsi tentang kepastian atau kejelasan dalam pengelolaan pariwisata Islam juga menjadi sorotan penting. Ketika masyarakat tidak yakin akan arah kebijakan, tata kelola, atau komitmen terhadap nilai-nilai Islam, maka rasa ketidakpastian akan meningkat. Kepastian yang rendah biasanya memicu reaksi emosional yang negatif, karena masyarakat merasa tidak memiliki kontrol atau prediksi atas dampak dari pembangunan tersebut. Oleh sebab itu, peneliti ingin mengetahui apakah persepsi kepastian memiliki hubungan yang signifikan terhadap munculnya emosi negatif di kalangan masyarakat. Pertanyaan ini menjadi salah satu fokus utama dalam rumusan masalah yang diajukan.

Kepercayaan terhadap pemerintah merupakan faktor ketiga yang tidak kalah penting. Pemerintah, sebagai aktor sentral dalam perumusan dan pelaksanaan kebijakan pariwisata, sangat berpengaruh dalam membentuk persepsi publik. Jika pemerintah dianggap tidak transparan, tidak akuntabel, atau tidak selaras dengan aspirasi masyarakat, maka kepercayaan publik akan menurun. Rendahnya kepercayaan ini seringkali berujung pada munculnya emosi negatif serta menurunnya dukungan masyarakat terhadap

program-program pemerintah. Oleh karena itu, ini juga ingin menguji sejauh mana kepercayaan terhadap pemerintah memengaruhi emosi negatif dan dukungan terhadap pariwisata Islam.

Pertanyaan lain yang juga menjadi bagian dari rumusan masalah adalah hubungan langsung antara emosi negatif dan dukungan masyarakat terhadap pariwisata Islam. Meskipun emosi negatif seringkali dianggap sebagai penghambat, dalam konteks tertentu emosi tersebut bisa menjadi pemicu partisipasi aktif masyarakat, terutama jika dikelola melalui pendekatan partisipatif dan komunikasi yang baik. Namun dalam banyak kasus, emosi negatif yang tidak ditangani dengan baik justru berdampak pada resistensi sosial dan kegagalan implementasi kebijakan. Oleh karena itu, perlu ditelusuri apakah emosi negatif memiliki pengaruh langsung terhadap sikap dan perilaku dukungan masyarakat terhadap kebijakan pariwisata Islam. Pertanyaan ini menjadi sangat relevan untuk dikaji secara empiris.

Selanjutnya, penting juga untuk menguji apakah emosi negatif berperan sebagai variabel mediasi antara

kepercayaan terhadap pemerintah dan dukungan masyarakat terhadap pariwisata Islam. Jika emosi negatif terbukti sebagai mediator yang signifikan, maka intervensi kebijakan yang bertujuan mengurangi emosi negatif dapat memperkuat efek positif dari kepercayaan terhadap pemerintah terhadap dukungan masyarakat. Hal ini memberikan implikasi praktis yang penting bagi pemerintah dalam menyusun strategi komunikasi dan pelibatan masyarakat dalam pembangunan pariwisata. Oleh karena itu, peneliti memasukkan pengujian efek mediasi sebagai bagian dari rumusan masalah dalam studi ini. Pendekatan ini diharapkan memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai mekanisme psikososial yang bekerja dalam masyarakat.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dirumuskan lima pertanyaan sebagai berikut:

- Apakah kepastian memengaruhi emosi negatif penduduk Kota Sabang terkait penyelenggaraan pariwisata Islam?
- Apakah emosi negatif memengaruhi dukungan penduduk terhadap pengembangan pariwisata Islam yang berkelanjutan?

- Apakah kepercayaan terhadap pemerintah memengaruhi emosi negatif masyarakat?
- Apakah kepercayaan terhadap pemerintah memengaruhi dukungan masyarakat terhadap pariwisata Islam?
- Apakah emosi negatif memediasi hubungan antara kepercayaan terhadap pemerintah dan dukungan masyarakat terhadap pariwisata Islam?

Dengan merumuskan pertanyaan-pertanyaan tersebut, ini diarahkan untuk menjawab gap teoretis dan empiris yang masih ada dalam kajian dukungan masyarakat terhadap pariwisata Islam. Jawaban terhadap pertanyaan-pertanyaan ini diharapkan mampu menjelaskan interaksi kompleks antara faktor psikologis dan institusional dalam pembentukan dukungan sosial terhadap kebijakan. Hasilnya diharapkan tidak hanya memberikan kontribusi dalam tataran akademik, tetapi juga menjadi masukan praktis dalam perumusan strategi pembangunan pariwisata yang lebih inklusif dan berkelanjutan. Fokus yang diberikan pada wilayah Sabang juga memberikan nilai tambah kontekstual yang penting dalam memahami dinamika sosial di kawasan mayoritas Muslim. Oleh karena itu, rumusan

masalah ini menjadi pondasi utama dalam arah dan tujuan secara keseluruhan.

### **1.3 Tujuan**

Tujuan merupakan komponen utama yang menjadi arah dari seluruh rangkaian proses ilmiah yang dilakukan dalam studi ini. Dengan merujuk pada rumusan masalah yang telah dikembangkan, maka tujuan ini disusun secara sistematis untuk mengungkap hubungan antara persepsi terhadap kepastian, emosi negatif, kepercayaan pada pemerintah, dan dukungan masyarakat terhadap pengembangan pariwisata Islam. ini berupaya menggambarkan serta menganalisis bagaimana ketiga faktor tersebut saling memengaruhi satu sama lain dalam membentuk sikap masyarakat terhadap pembangunan sektor pariwisata berbasis nilai-nilai Islam. Fokus geografis di Kota Sabang memberikan konteks lokal yang unik serta representatif untuk menggali fenomena ini. Dengan pendekatan kuantitatif dan metode struktural, hasil diharapkan dapat menjawab kebutuhan teoretis dan praktis secara bersamaan.

Tujuan utama dari ini adalah untuk mengetahui apakah tingkat kepastian masyarakat terhadap keberlangsungan dan kejelasan pelaksanaan pariwisata Islam berdampak pada munculnya emosi negatif. Dalam konteks ini, kepastian mencakup sejauh mana masyarakat memahami, mempercayai, dan mampu memprediksi kebijakan dan aktivitas pariwisata yang diklaim berbasis Islam. Jika masyarakat merasa tidak pasti terhadap dampak atau arah kebijakan, mereka mungkin mengalami reaksi emosional negatif seperti kecemasan atau kekecewaan. Oleh karena itu, ini berupaya membuktikan secara empiris adanya hubungan antara persepsi kepastian dan respons emosional yang muncul. Hasil dari analisis ini dapat digunakan untuk memperkuat dasar teoritis dalam pengembangan pariwisata berbasis nilai.

Tujuan berikutnya adalah untuk menganalisis pengaruh emosi negatif terhadap dukungan masyarakat terhadap kebijakan pariwisata Islam. Dalam banyak studi psikososial, emosi negatif diketahui menjadi salah satu faktor penghambat utama terhadap sikap kolaboratif dan partisipatif warga terhadap kebijakan publik. Masyarakat yang merasa marah, kecewa, atau khawatir cenderung lebih rendah tingkat keterlibatannya dalam mendukung program

pemerintah, termasuk dalam sektor pariwisata. Oleh sebab itu, penting untuk mengkaji secara mendalam bagaimana dinamika emosional ini berpengaruh terhadap keberlanjutan kebijakan yang tengah dijalankan. ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang jelas tentang kekuatan dan arah pengaruh dari emosi negatif terhadap dukungan masyarakat.

ini juga bertujuan untuk menguji sejauh mana kepercayaan terhadap pemerintah memengaruhi munculnya emosi negatif. Dalam hal ini, kepercayaan mencerminkan persepsi masyarakat terhadap integritas, transparansi, dan akuntabilitas pemerintah dalam melaksanakan kebijakan publik, khususnya pariwisata Islam. Masyarakat yang memiliki tingkat kepercayaan tinggi terhadap pemerintah cenderung merespon kebijakan dengan lebih positif dan stabil secara emosional. Sebaliknya, rendahnya kepercayaan dapat memperkuat emosi negatif yang mengarah pada sikap kritis atau bahkan penolakan. Oleh karena itu, tujuan ini menjadi penting untuk memastikan bahwa faktor institusional turut dianalisis secara menyeluruh dalam membentuk dinamika dukungan masyarakat.

Tujuan keempat dari ini adalah untuk mengetahui apakah kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah memiliki pengaruh langsung terhadap tingkat dukungan terhadap pariwisata Islam. Dalam banyak konteks kebijakan publik, kepercayaan terhadap pemerintah merupakan prediktor kuat dari partisipasi warga negara dan penerimaan terhadap program pembangunan. Apabila masyarakat yakin bahwa pemerintah bertindak untuk kepentingan publik dan sesuai dengan nilai-nilai yang mereka junjung, maka mereka akan lebih mudah memberikan dukungan. Sebaliknya, keraguan terhadap integritas pemerintah akan menghambat keterlibatan masyarakat. Oleh karena itu, ini mencoba mengkonfirmasi pengaruh langsung antara kepercayaan dan dukungan terhadap kebijakan pariwisata berbasis Islam.

Selain hubungan langsung antara kepercayaan dan dukungan, ini juga ingin menguji efek mediasi dari emosi negatif. Dalam kerangka teori appraisal kognitif, emosi merupakan produk dari evaluasi terhadap aktor, niat, dan konsekuensi kebijakan. Oleh karena itu, dapat diasumsikan bahwa kepercayaan terhadap pemerintah tidak hanya

berpengaruh secara langsung terhadap dukungan masyarakat, tetapi juga secara tidak langsung melalui jalur afektif. Jika kepercayaan mampu menurunkan emosi negatif, maka dampaknya terhadap dukungan akan semakin besar. Dengan demikian, ini bertujuan untuk mengetahui apakah emosi negatif menjadi mediator signifikan dalam hubungan antara kepercayaan pada pemerintah dan dukungan terhadap pariwisata Islam.

Secara keseluruhan, ini bertujuan untuk membangun pemahaman teoretis dan empiris yang lebih utuh mengenai dinamika dukungan masyarakat terhadap pariwisata Islam. Dengan menggabungkan variabel psikologis (emosi), persepsi (kepastian), dan institusional (kepercayaan terhadap pemerintah), ini berkontribusi pada perluasan literatur di bidang pariwisata berkelanjutan dan perilaku sosial. Tujuan-tujuan ini juga diharapkan dapat menjadi pijakan dalam merumuskan rekomendasi kebijakan yang lebih responsif terhadap kondisi sosial dan budaya lokal. Secara praktis, hasil ini dapat membantu pemangku kebijakan dalam menyusun strategi komunikasi, edukasi, dan partisipasi masyarakat yang lebih efektif. Dengan demikian, pariwisata Islam dapat dikembangkan

tidak hanya dari sisi ekonomi, tetapi juga sosial dan spiritual secara berkelanjutan.

#### 1.4 Kontribusi

ini diharapkan memberikan kontribusi penting dalam pengembangan teori pada ranah kajian pariwisata, khususnya pariwisata Islam. Secara konseptual, ini memperkaya literatur dengan mengintegrasikan pendekatan kognitif (*cognitive appraisal theory*) dalam menganalisis dinamika dukungan masyarakat terhadap kebijakan pariwisata berbasis nilai. Teori ini memungkinkan peneliti untuk mengkaji secara mendalam bagaimana persepsi, evaluasi, dan respons emosional masyarakat terhadap pariwisata Islam terbentuk dan memengaruhi perilaku dukungan. Dengan pendekatan ini, tidak hanya menjelaskan hubungan antarvariabel secara statistik, tetapi juga mendasarkan analisis pada proses psikologis yang terjadi dalam diri individu. Hal ini memberikan kerangka kerja yang kuat dalam memahami dinamika sosial yang kompleks di masyarakat muslim.

Kontribusi teoritis lainnya adalah dalam memperjelas peran emosi negatif sebagai mediator dalam hubungan antara kepercayaan terhadap pemerintah dan

dukungan terhadap kebijakan publik. Banyak sebelumnya berfokus pada hubungan langsung antara kepercayaan dan dukungan, tanpa mempertimbangkan peran perasaan dan evaluasi afektif sebagai faktor penghubung. Dengan menyertakan emosi negatif sebagai variabel mediasi, ini memperluas pemahaman tentang bagaimana dinamika psikologis masyarakat memengaruhi sikap terhadap kebijakan pemerintah. ini juga memberikan pembuktian empiris bahwa persepsi terhadap institusi tidak serta-merta berdampak langsung terhadap perilaku, melainkan melalui proses afektif yang dapat memperkuat atau melemahkan dukungan sosial. Oleh karena itu, kontribusi teoritis ini bersifat inovatif dan memperkaya diskusi akademik tentang psikologi sosial dalam konteks kebijakan.

Dari sisi praktis, ini memberikan wawasan penting bagi pemerintah daerah dan pengelola destinasi wisata Islam, khususnya di wilayah dengan karakteristik sosial yang religius seperti Kota Sabang. Temuan ini dapat digunakan untuk menyusun strategi komunikasi kebijakan yang lebih efektif dan berbasis empati terhadap kondisi psikologis masyarakat. Jika pemerintah memahami bagaimana emosi negatif terbentuk dan bagaimana

kepercayaan serta kepastian dapat meminimalkannya, maka program pariwisata Islam dapat dirancang dengan pendekatan yang lebih sensitif terhadap dinamika sosial lokal. Ini termasuk dalam penyusunan narasi promosi, keterlibatan tokoh agama, dan pengembangan partisipasi masyarakat secara aktif. Implementasi kebijakan berbasis bukti (evidence-based policy) dapat dilakukan dengan dukungan hasil riset ini.

ini juga memberikan kontribusi terhadap perencanaan pembangunan pariwisata yang berkelanjutan di wilayah mayoritas Muslim. Selama ini, banyak kebijakan pariwisata hanya menitikberatkan pada aspek ekonomi tanpa memperhatikan nilai, keyakinan, dan sensitivitas masyarakat lokal. ini menekankan bahwa nilai-nilai keislaman, persepsi terhadap legitimasi kebijakan, dan kenyamanan psikologis masyarakat merupakan faktor kunci dalam pembangunan pariwisata Islam. Oleh karena itu, hasil ini bisa menjadi rujukan dalam merancang kebijakan yang tidak hanya berbasis ekonomi, tetapi juga spiritual dan sosiokultural. Hal ini penting agar pembangunan sektor pariwisata benar-benar memperoleh legitimasi sosial dari masyarakat penerima manfaatnya.

Selain itu, kontribusi ini juga relevan bagi sektor pendidikan tinggi, terutama dalam penguatan kurikulum dan pengajaran di bidang pariwisata, psikologi sosial, dan kebijakan publik. Temuan empiris dari ini dapat dijadikan sebagai studi kasus yang konkret dan kontekstual bagi mahasiswa dalam memahami bagaimana variabel psikologis dan institusional berinteraksi dalam mendukung atau menolak suatu kebijakan pembangunan. ini juga mendorong integrasi antara teori sosial dengan konteks lokal Indonesia, khususnya wilayah Aceh yang memiliki kekhususan dalam penerapan syariat Islam. Dengan demikian, kontribusi ini juga selaras dengan misi perguruan tinggi untuk mengembangkan ilmu yang berbasis pada kebutuhan masyarakat. Hal ini mendukung penguatan budaya riset yang kontekstual dan aplikatif.

ini juga memberikan kontribusi terhadap literatur di bidang kajian Islam dan pembangunan. Dalam banyak diskursus, Islam seringkali diposisikan sebagai faktor penghambat modernisasi atau pembangunan. ini justru menunjukkan bahwa nilai-nilai Islam dapat diintegrasikan dalam pengembangan sektor ekonomi seperti pariwisata,

selama dilakukan dengan prinsip partisipatif dan penghormatan terhadap nilai-nilai lokal. Oleh karena itu, ini memberikan argumen empiris bahwa pendekatan berbasis nilai bukan hanya kompatibel dengan pembangunan, tetapi juga dapat menjadi katalisator dukungan sosial. Pendekatan ini dapat menjadi model bagi wilayah lain yang ingin mengembangkan kebijakan publik berbasis nilai keagamaan tanpa menciptakan resistensi sosial.

Akhirnya, kontribusi ini juga bersifat metodologis. Dengan menggabungkan pendekatan kuantitatif dan penggunaan model analisis struktural (SEM), ini memberikan contoh bagaimana pengukuran variabel psikologis seperti emosi dan kepercayaan dapat dilakukan secara sistematis dan akurat. Hal ini mendorong para peneliti lain untuk mengembangkan model yang lebih kompleks dan relevan dengan tantangan pembangunan lokal. Dengan struktur variabel yang terukur dan validitas yang terjamin, ini dapat direplikasi atau dikembangkan lebih lanjut dalam berbagai konteks sosial dan geografis yang berbeda. Secara keseluruhan, ini diharapkan

memberikan kontribusi teoretis, praktis, metodologis, dan kontekstual secara seimbang.

### **1.5 Batasan**

Setiap memiliki ruang lingkup yang harus dibatasi agar fokus kajian tetap terarah dan validitas temuan dapat dijaga. Dalam ini, batasan ditetapkan secara eksplisit untuk membedakan wilayah analisis, populasi yang diteliti, serta cakupan variabel yang diamati. ini secara khusus hanya mengeksplorasi persepsi dan sikap masyarakat lokal Kota Sabang terhadap pariwisata Islam, tanpa mencakup pendapat dari wisatawan, pelaku industri pariwisata eksternal, atau pejabat pemerintah secara langsung. Fokus pada masyarakat lokal dipilih karena mereka merupakan pihak yang paling terdampak langsung oleh pengembangan pariwisata di wilayahnya. Dengan demikian, batasan ini memperkuat validitas internal dan menjaga konsistensi analisis.

Secara geografis, ruang lingkup dibatasi hanya pada wilayah administratif Kota Sabang, Provinsi Aceh. Kota ini dipilih karena merupakan salah satu destinasi wisata unggulan Aceh dan memiliki populasi mayoritas Muslim

yang taat terhadap nilai-nilai agama. Hal ini menjadikannya lokasi yang representatif untuk mengkaji dinamika penerimaan masyarakat terhadap pariwisata berbasis nilai Islam. Pembatasan wilayah juga ditujukan untuk menghindari generalisasi berlebihan terhadap daerah-daerah lain yang mungkin memiliki karakteristik sosial dan budaya yang berbeda. Fokus lokal ini memungkinkan penggalian makna yang lebih mendalam sesuai dengan konteks sosial masyarakat setempat.

Dari segi populasi, ini hanya melibatkan responden yang merupakan warga tetap Kota Sabang dan telah tinggal di wilayah tersebut dalam waktu yang relatif lama. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa partisipan memiliki pengalaman langsung dan pemahaman mendalam tentang perubahan-perubahan sosial dan ekonomi yang terjadi akibat pengembangan pariwisata Islam. Pendekatan ini secara sengaja mengecualikan pendatang atau penduduk sementara, karena persepsi mereka terhadap pariwisata kemungkinan besar tidak dibentuk oleh pengalaman jangka panjang. Dengan demikian, data yang dikumpulkan mencerminkan perspektif yang stabil dan terinternalisasi

dari komunitas lokal. Keputusan ini bertujuan memperkuat relevansi sosial dan kultural dari hasil .

Dari sisi variabel, ini dibatasi pada empat konstruk utama: kepastian (certainty), emosi negatif, kepercayaan terhadap pemerintah, dan dukungan masyarakat terhadap pariwisata Islam. Setiap variabel diukur berdasarkan indikator yang telah divalidasi sebelumnya dalam studi empiris terdahulu, dan dikembangkan sesuai dengan konteks lokal Kota Sabang. Variabel lainnya yang mungkin turut memengaruhi sikap masyarakat, seperti nilai religiusitas individu, pengalaman pribadi dengan wisatawan, atau tingkat pengetahuan tentang pariwisata Islam, tidak dimasukkan ke dalam model ini. Meskipun variabel-variabel tersebut juga penting, pembatasan ini dilakukan untuk menjaga fokus dan menghindari kompleksitas analisis yang berlebihan. Hasil dari ini tetap dapat digunakan sebagai pijakan awal untuk pengembangan studi lanjutan.

Dari sisi temporal, ini merupakan studi potong lintang (cross-sectional), yang berarti data dikumpulkan dalam satu periode waktu tertentu. Oleh karena itu, temuan

yang diperoleh hanya mencerminkan kondisi sosial dan sikap masyarakat pada saat data dikumpulkan. ini tidak dapat mengidentifikasi perubahan sikap atau emosi masyarakat dari waktu ke waktu, sehingga tidak dapat digunakan untuk menarik kesimpulan kausal jangka panjang. Meskipun demikian, desain ini tetap relevan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang bersifat eksploratif dan deskriptif. Studi longitudinal dapat dijadikan opsi untuk lanjutan yang ingin menggali dinamika perubahan sikap masyarakat terhadap pariwisata Islam secara berkelanjutan.

Dalam aspek metodologis, ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan instrumen kuesioner berbasis skala Likert. Dengan demikian, nuansa dan kedalaman makna subjektif yang mungkin dimiliki oleh masing-masing individu tidak dapat sepenuhnya ditangkap. Data kualitatif seperti wawancara mendalam atau observasi partisipatif dikesampingkan dalam studi ini, demi konsistensi dengan rancangan kuantitatif yang digunakan. Meskipun pendekatan ini memungkinkan generalisasi statistik yang lebih kuat, keterbatasan dalam menangkap dimensi interpretatif tetap perlu diakui. Oleh

karena itu, temuan dalam ini sebaiknya diinterpretasikan sebagai gambaran umum, bukan narasi personal yang mendalam.

Akhirnya, batasan ini tidak dimaksudkan untuk memperkecil nilai kontribusi yang diberikan, tetapi justru menjadi penanda ruang untuk pengembangan studi lanjutan. ini membuka peluang untuk eksplorasi variabel baru, perluasan geografis, atau penggabungan pendekatan metodologis yang lebih holistik. Kajian kualitatif yang menggali motivasi, nilai, dan pengalaman subjektif masyarakat dapat menjadi pelengkap yang bernilai bagi hasil ini. Dengan mengakui batasan secara terbuka, ini menunjukkan transparansi ilmiah dan menjamin kredibilitas dalam proses interpretasi data. Oleh karena itu, batasan yang ditetapkan justru memperkuat validitas internal dan memberi arah yang jelas bagi riset-riset berikutnya.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 State of the Art

Tinjauan terhadap state of the art merupakan langkah awal dalam mengidentifikasi posisi ilmiah dari studi yang sedang dilakukan. Berbagai terdahulu telah menunjukkan pentingnya faktor kepercayaan, emosi, dan persepsi dalam mendukung kebijakan publik, termasuk di sektor pariwisata. Misalnya, studi oleh Nunkoo dan Gursoy (2016) menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap pemerintah menjadi faktor penentu utama dalam sikap dukungan masyarakat terhadap pembangunan pariwisata massal. Ouyang et al. (2017) juga menegaskan bahwa faktor afeksi dan kognisi, termasuk kepercayaan dan emosi, sangat berperan dalam membentuk sikap warga terhadap acara besar (mega-event). - ini menjadi dasar untuk mengembangkan kerangka konseptual dalam studi dukungan terhadap pariwisata Islam di masyarakat lokal.

Sebagian besar sebelumnya belum banyak menyentuh konteks masyarakat Muslim dan dinamika emosi mereka terhadap pariwisata berbasis nilai Islam.

Studi oleh Algassim et al. (2023) di Arab Saudi menunjukkan bahwa emosi negatif muncul ketika masyarakat merasa nilai-nilai agama dan sumber daya mereka terancam akibat pembangunan pariwisata. Di sisi lain, studi oleh Wong dan Lai (2022) menunjukkan bahwa transparansi kebijakan dan kepercayaan terhadap pemerintah mampu menekan emosi negatif dan meningkatkan dukungan masyarakat. Temuan ini menegaskan pentingnya pemahaman terhadap proses afektif dalam pembentukan sikap dukungan warga terhadap kebijakan publik. Oleh karena itu, integrasi antara faktor emosi dan kepercayaan menjadi relevan untuk ditelusuri dalam konteks masyarakat Islam di Aceh.

Secara teoritis, Cognitive Appraisal Theory (CAT) menjadi salah satu landasan penting dalam menjelaskan hubungan antara persepsi, emosi, dan perilaku sosial. CAT menjelaskan bahwa emosi muncul sebagai hasil dari evaluasi kognitif individu terhadap suatu peristiwa atau stimulus yang relevan dengan nilai, tujuan, dan ekspektasi mereka. Dalam konteks kebijakan publik, stimulus tersebut dapat berupa tindakan atau keputusan pemerintah yang berdampak langsung pada kehidupan masyarakat. Penilaian terhadap stimulus inilah yang kemudian

membentuk respons emosional seperti marah, cemas, atau puas. Beberapa studi telah membuktikan bahwa dimensi appraisal seperti kepastian dan keadilan merupakan prediktor penting dalam pembentukan emosi negatif maupun positif (Zheng et al., 2019; Ruth et al., 2002).

Peran kepercayaan terhadap institusi dalam memediasi hubungan antara persepsi kebijakan dan respons masyarakat. Gursoy et al. (2016) menemukan bahwa kepercayaan terhadap pemerintah memiliki pengaruh langsung dan tidak langsung terhadap sikap dukungan, melalui persepsi dampak dan emosi. Sementara itu, Rodriguez et al. (2018) menunjukkan bahwa emosi negatif dapat menjadi jalur mediasi yang signifikan dalam hubungan antara kepercayaan dan penerimaan kebijakan. Dalam ini, variabel kepercayaan terhadap pemerintah dimodelkan sebagai prediktor utama yang memengaruhi baik secara langsung maupun melalui emosi negatif. Hal ini membuka peluang untuk memahami mekanisme psikologis yang lebih kompleks dalam proses dukungan masyarakat terhadap pariwisata Islam.

Hingga kini, belum banyak kajian yang secara eksplisit menelusuri hubungan antara kepastian,

kepercayaan terhadap pemerintah, emosi negatif, dan dukungan terhadap pariwisata Islam secara integratif. Mayoritas studi masih terfragmentasi, dengan fokus pada satu atau dua variabel saja dalam konteks yang berbeda. Padahal, konteks masyarakat Muslim dengan karakteristik sosial yang khas seperti Aceh sangat membutuhkan pendekatan yang lebih holistik dan terintegrasi. Ini mencoba menjawab kebutuhan tersebut dengan membangun model struktural yang menguji hubungan antarvariabel secara simultan. Dengan demikian, kontribusi ilmiah yang diberikan bersifat menyeluruh dan dapat memperkaya teori serta praktik dalam bidang pariwisata dan kebijakan publik.

Penting juga dicatat bahwa konteks lokal memengaruhi validitas eksternal dari temuan-temuan terdahulu. Sebagian besar studi sebelumnya dilakukan di negara-negara dengan latar belakang budaya dan sistem nilai yang berbeda, seperti Korea Selatan, Arab Saudi, dan Makau. Oleh karena itu, perlu ada yang mengadopsi pendekatan serupa tetapi dilakukan di konteks Indonesia, khususnya Aceh, yang memiliki sistem hukum syariah dan tata nilai yang unik. Konteks ini akan memberikan kekayaan

informasi empiris serta memperluas generalisasi dari teori-teori yang sudah ada. ini sekaligus memberikan pijakan untuk replikasi atau perbandingan lintas budaya di masa mendatang.

Dengan menyajikan berbagai studi yang relevan, bagian ini menegaskan bahwa tentang dukungan terhadap pariwisata Islam dalam perspektif emosi dan kepercayaan masih sangat terbuka untuk digali. Studi ini berupaya untuk mengisi kekosongan tersebut dengan membangun model empiris yang memadukan teori dan konteks lokal secara seimbang. Selain memperluas cakupan terdahulu, studi ini juga menawarkan pendekatan metodologis yang kuat untuk menguji hubungan antarvariabel secara komprehensif. Oleh karena itu, landasan teoritis yang kuat dan relevansi kontekstual menjadikan ini penting secara akademik maupun praktis. Ke depan, model yang dikembangkan dalam studi ini dapat menjadi acuan bagi riset-riset lanjutan di bidang kebijakan publik dan pengembangan pariwisata berbasis nilai.

## **2.2 Dukungan Terhadap Pariwisata Islam**

Dukungan masyarakat merupakan elemen krusial dalam pengembangan pariwisata yang berkelanjutan, termasuk dalam konteks pariwisata Islam. Tanpa partisipasi dan persetujuan masyarakat lokal, pembangunan pariwisata cenderung menghadapi hambatan sosial, seperti resistensi atau konflik nilai. Dalam berbagai studi, masyarakat dianggap sebagai pemangku kepentingan utama karena mereka berada pada posisi yang paling terdampak dari aktivitas wisata. Oleh karena itu, evaluasi terhadap dukungan masyarakat menjadi indikator penting dalam menilai keberhasilan program pariwisata. Salah satu aspek yang diperhatikan dalam ini adalah bagaimana masyarakat Muslim menilai dan merespons keberadaan pariwisata berbasis nilai-nilai Islam.

Pariwisata Islam, yang dikenal juga dengan istilah pariwisata halal atau syariah, merupakan bentuk pariwisata yang memfasilitasi kebutuhan spiritual wisatawan Muslim. Hal ini meliputi penyediaan makanan halal, fasilitas ibadah, norma berpakaian yang sesuai, dan lingkungan sosial yang tidak bertentangan dengan nilai keislaman. Meskipun konsep ini menawarkan peluang ekonomi yang besar, keberhasilannya sangat tergantung pada persepsi dan

penerimaan masyarakat lokal. Beberapa masyarakat mungkin melihat pariwisata Islam sebagai bentuk penghormatan terhadap nilai-nilai agama, sementara yang lain bisa jadi menganggapnya sebagai bentuk komersialisasi agama. Dalam hal ini, pengukuran dukungan masyarakat menjadi penting untuk mengetahui arah kebijakan dan strategi implementasi.

Dukungan terhadap pariwisata tidak hanya ditentukan oleh manfaat ekonomi yang dirasakan, tetapi juga oleh persepsi terhadap dampak sosial dan budaya. Menurut Social Exchange Theory (SET), individu akan mendukung kebijakan jika mereka merasa manfaatnya lebih besar daripada biayanya. Dalam konteks ini, masyarakat akan cenderung mendukung pariwisata Islam jika mereka merasakan manfaat langsung seperti peningkatan pendapatan, lapangan kerja, atau promosi budaya lokal. Namun, jika pariwisata Islam justru dianggap membawa dampak negatif seperti pelanggaran norma atau ketimpangan ekonomi, maka dukungan akan melemah. Oleh karena itu, penting untuk memahami bahwa dukungan masyarakat merupakan hasil dari evaluasi rasional dan emosional terhadap kebijakan.

Dalam pengembangan pariwisata Islam, pendekatan yang hanya berfokus pada logika ekonomi tanpa memperhatikan nilai-nilai budaya dan religiusitas masyarakat berpotensi menciptakan konflik sosial. Hal ini diperkuat oleh temuan Hadinejad et al. (2019) yang menunjukkan bahwa representasi sosial, yaitu cara masyarakat memaknai pariwisata, turut menentukan sikap mereka terhadap program tersebut. Pendekatan teoretis seperti Social Representation Theory, Institutional Theory, dan Emotional Solidarity Theory telah digunakan dalam berbagai studi untuk memahami kompleksitas ini. Dalam konteks masyarakat Muslim, representasi terhadap pariwisata sangat dipengaruhi oleh pemahaman terhadap agama dan nilai lokal. Oleh karena itu, pengembangan pariwisata Islam harus berbasis pada pendekatan yang partisipatif dan kontekstual.

Dalam beberapa tahun terakhir, pendekatan kognitif dan afektif juga digunakan untuk memahami dukungan masyarakat terhadap pariwisata. Cognitive Appraisal Theory (CAT), misalnya, digunakan untuk menjelaskan bagaimana persepsi terhadap stimulus (kebijakan atau

program) dapat membangkitkan emosi tertentu yang kemudian memengaruhi perilaku. Jika kebijakan dianggap adil, dapat diprediksi, dan sesuai dengan nilai masyarakat, maka emosi positif akan muncul dan mendukung perilaku konstruktif. Sebaliknya, ketidakpastian atau persepsi negatif terhadap kebijakan akan memicu emosi negatif seperti marah atau kecewa, yang pada akhirnya menurunkan tingkat dukungan. Oleh karena itu, pendekatan CAT sangat relevan dalam memahami dinamika dukungan terhadap pariwisata Islam di Kota Sabang.

Pendekatan CAT telah membuktikan bahwa emosi negatif memiliki pengaruh kuat terhadap dukungan masyarakat. Studi oleh Zheng et al. (2019), Ouyang et al. (2017), dan Jordan & Prayag (2022) menegaskan bahwa emosi negatif seperti kecemasan, ketakutan, atau kemarahan berkontribusi terhadap sikap resistif terhadap pariwisata. Sebaliknya, emosi positif seperti kebanggaan dan syukur meningkatkan partisipasi dan dukungan sosial. Dalam konteks pariwisata Islam, emosi masyarakat sangat dipengaruhi oleh persepsi terhadap kejelasan implementasi nilai-nilai Islam dalam program pariwisata. Oleh karena itu,

penting bagi pemerintah dan pengelola destinasi untuk membangun persepsi yang positif melalui transparansi kebijakan dan komunikasi yang efektif.

Sampai saat ini, belum banyak studi yang secara eksplisit mengeksplorasi dukungan masyarakat terhadap pariwisata Islam dalam konteks masyarakat Muslim Indonesia. Sebagian besar studi masih terfokus pada negara-negara Timur Tengah atau Asia Tenggara lainnya, dengan konteks budaya dan politik yang berbeda. Padahal, Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia memiliki kompleksitas sosial dan religiusitas yang tinggi, yang berpengaruh terhadap penerimaan masyarakat terhadap konsep pariwisata Islam. ini mencoba mengisi kekosongan tersebut dengan mengkaji secara empiris faktor-faktor yang memengaruhi dukungan masyarakat lokal di Kota Sabang. Dengan demikian, studi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti dalam literatur akademik dan praktik kebijakan pariwisata Islam di Indonesia.

### **2.3 Kepastian**

Kepastian (certainty) merupakan salah satu dimensi utama dalam Cognitive Appraisal Theory (CAT) yang menjelaskan bagaimana individu mengevaluasi suatu peristiwa atau kebijakan berdasarkan tingkat prediktabilitas dan kejelasannya. Dalam konteks sosial, kepastian mencerminkan sejauh mana masyarakat merasa yakin terhadap hasil atau dampak dari suatu program pembangunan, termasuk pariwisata Islam. Ketika individu atau kelompok merasa bahwa suatu kebijakan dapat diprediksi, konsisten, dan selaras dengan nilai yang mereka anut, maka tingkat kepastian dianggap tinggi. Sebaliknya, ketidakjelasan mengenai implementasi, dampak, atau niat di balik kebijakan akan menciptakan ketidakpastian yang dapat memicu respons emosional negatif. Oleh karena itu, persepsi kepastian memainkan peran penting dalam membentuk sikap dan perilaku masyarakat terhadap program pemerintah.

Dalam pengembangan pariwisata Islam, kepastian berkaitan erat dengan pemahaman masyarakat terhadap konsep dan implementasi pariwisata yang sesuai dengan nilai-nilai syariah. Banyak masyarakat Muslim yang menilai program pariwisata Islam secara skeptis apabila tidak

disertai dengan kejelasan aturan, standar halal, dan komitmen pemerintah dalam menegakkan prinsip-prinsip Islam. Misalnya, jika promosi pariwisata Islam hanya sekadar label tanpa substansi kebijakan yang konsisten, maka masyarakat akan meragukan integritas program tersebut. Ketika masyarakat meragukan keaslian dan keseriusan pemerintah dalam menerapkan pariwisata Islam, tingkat kepastian akan menurun dan berpotensi memicu emosi negatif. Kondisi ini dapat menurunkan kepercayaan dan dukungan terhadap kebijakan yang diusung.

Smith dan Ellsworth (1985) menyebutkan bahwa kepastian merupakan hasil evaluasi terhadap stimulus yang memiliki implikasi masa depan. Emosi seperti kebahagiaan dan kebanggaan cenderung muncul dari situasi yang dianggap pasti dan terkendali. Sebaliknya, ketidakpastian biasanya memunculkan emosi seperti harapan, keterkejutan, atau kecemasan. Zheng et al. (2020) menemukan bahwa tingkat kepastian yang tinggi berkorelasi dengan munculnya emosi positif seperti syukur dan cinta, sedangkan kepastian yang rendah berkaitan dengan kemarahan dan kekhawatiran. Dalam konteks ini,

persepsi terhadap kepastian kebijakan pariwisata Islam berperan penting dalam pembentukan emosi masyarakat.

Kepastian tidak hanya terbentuk secara spontan, tetapi merupakan hasil dari pengalaman, informasi, dan komunikasi yang diberikan oleh pemerintah atau lembaga pengelola pariwisata. Ketika masyarakat diberikan informasi yang jelas, transparan, dan dapat diverifikasi tentang arah kebijakan, maka rasa percaya dan keyakinan mereka akan meningkat. Sebaliknya, informasi yang ambigu atau inkonsisten akan menciptakan persepsi bahwa pemerintah tidak memiliki arah yang jelas atau tidak serius dalam pelaksanaan kebijakan. Oleh karena itu, strategi komunikasi yang baik sangat diperlukan dalam menciptakan persepsi kepastian di masyarakat. Komunikasi yang berbasis nilai dan partisipatif menjadi salah satu pendekatan efektif dalam meningkatkan persepsi kepastian.

Dalam masyarakat yang religius seperti di Aceh, kepastian sangat terkait dengan integrasi nilai-nilai keislaman dalam kebijakan publik. Jika kebijakan pariwisata Islam tidak menunjukkan keterkaitan langsung dengan norma dan nilai yang hidup di masyarakat, maka legitimasi

sosial akan terganggu. Hal ini dapat mengakibatkan munculnya emosi negatif seperti kemarahan atau ketidakpercayaan. Oleh sebab itu, penting untuk menyelaraskan kepastian kebijakan dengan nilai-nilai lokal agar program pariwisata Islam mendapatkan dukungan yang kuat. Implementasi kebijakan yang tidak hanya jelas tetapi juga sesuai dengan keyakinan masyarakat akan memperkuat posisi pemerintah sebagai agen yang dapat dipercaya.

Studi sebelumnya juga menunjukkan bahwa persepsi terhadap kepastian memiliki implikasi yang luas terhadap sikap dan perilaku warga negara. Ruth et al. (2002) menemukan bahwa tingkat kepastian yang tinggi cenderung menghasilkan evaluasi afektif yang positif terhadap kebijakan pemerintah. Dalam konteks pariwisata, kepastian berkaitan dengan ekspektasi terhadap manfaat sosial dan ekonomi yang mungkin diperoleh. Jika masyarakat percaya bahwa dampak yang ditimbulkan dari kebijakan tersebut dapat diantisipasi dan dikelola, maka tingkat dukungan mereka akan meningkat. Oleh karena itu, kepastian menjadi aspek yang sangat penting untuk

dianalisis dalam hubungan antara emosi negatif dan dukungan terhadap pariwisata Islam.

Akhirnya, dalam kerangka ini, kepastian diposisikan sebagai variabel independen yang memengaruhi emosi negatif. Hal ini didasarkan pada teori appraisal yang menyatakan bahwa evaluasi terhadap kejelasan situasi merupakan pemicu utama bagi munculnya emosi tertentu. Dengan mengukur tingkat kepastian yang dirasakan masyarakat terhadap pariwisata Islam di Sabang, ini berupaya mengungkap bagaimana rasa tidak pasti atau keyakinan dapat membentuk pengalaman emosional kolektif. Hasil dari pengukuran ini akan digunakan untuk menilai apakah kepastian dapat menjadi prediktor signifikan bagi dukungan masyarakat. Dengan begitu, ini memberikan kontribusi empiris terhadap pentingnya komunikasi kebijakan dan keterbukaan informasi dalam pembangunan sektor pariwisata berbasis nilai.

## **2.4 Emosi Negatif**

Emosi negatif merupakan reaksi afektif yang muncul akibat evaluasi kognitif individu terhadap situasi yang dianggap mengancam, merugikan, atau bertentangan dengan nilai-nilai yang diyakini. Dalam Cognitive Appraisal Theory (CAT), emosi negatif seperti marah, cemas, takut, dan kecewa muncul ketika seseorang merasa bahwa sesuatu berada di luar kendali mereka atau tidak sesuai dengan ekspektasi. Emosi ini dapat terjadi dalam konteks kebijakan publik, termasuk dalam pengembangan pariwisata Islam, jika masyarakat merasa tidak terlibat, tidak dihargai, atau tidak mendapatkan manfaat yang diharapkan. Ketika masyarakat Muslim merasa nilai-nilai agama mereka tidak dihormati dalam program pariwisata, maka emosi negatif cenderung meningkat. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana emosi negatif terbentuk dan bagaimana pengaruhnya terhadap dukungan masyarakat terhadap kebijakan.

Dalam konteks sosial dan politik, emosi negatif memainkan peran penting dalam pembentukan sikap dan tindakan kolektif. oleh Ruth et al. (2002) menunjukkan bahwa emosi negatif yang muncul dari ketidakpercayaan terhadap institusi dapat mengarah pada penolakan

terhadap kebijakan. Ouyang et al. (2017) juga menegaskan bahwa dalam konteks mega-event, masyarakat yang mengalami kecemasan atau kemarahan lebih cenderung menunjukkan sikap oposisi. Dalam pariwisata Islam, apabila masyarakat melihat ketidaksesuaian antara label “Islam” dengan praktik aktual di lapangan, maka perasaan kecewa atau frustrasi dapat berkembang. Reaksi ini dapat diperparah jika tidak ada komunikasi atau klarifikasi dari pihak pemerintah atau pelaksana kebijakan.

Emosi negatif dapat dipicu oleh berbagai sumber, salah satunya adalah ketidakpastian terhadap arah kebijakan dan manfaat yang diperoleh. Jika masyarakat tidak mendapatkan informasi yang jelas tentang bagaimana pariwisata Islam dijalankan dan bagaimana dampaknya terhadap kehidupan mereka, maka rasa tidak aman dan kecemasan akan timbul. Hal ini sejalan dengan temuan Zheng et al. (2019) yang menyebutkan bahwa ketidakpastian adalah faktor utama pemicu emosi negatif dalam konteks kebijakan publik. Dalam kondisi seperti ini, masyarakat cenderung mengembangkan sikap resistif dan sulit untuk diajak bekerja sama dalam implementasi program. Oleh karena itu, komunikasi yang jelas dan

konsisten dari pemerintah menjadi sangat penting dalam mengelola emosi publik.

Selain ketidakpastian, rendahnya kepercayaan terhadap pemerintah juga menjadi pemicu utama emosi negatif. Masyarakat yang merasa pemerintah tidak transparan, tidak adil, atau tidak responsif cenderung mengalami perasaan marah atau kecewa. Dalam konteks pariwisata Islam, kepercayaan terhadap pemerintah sangat penting karena program ini membawa muatan nilai yang sangat sensitif. Apabila pemerintah dianggap memanfaatkan simbol-simbol agama tanpa komitmen nyata terhadap implementasi nilai syariah, maka emosi negatif dapat meningkat secara signifikan. Oleh karena itu, penting bagi pemerintah untuk membangun kredibilitas melalui tindakan nyata yang menunjukkan keseriusan dalam menerapkan prinsip-prinsip pariwisata Islam.

Emosi negatif juga memiliki dampak langsung terhadap dukungan masyarakat terhadap kebijakan. Jordan dan Prayag (2022) menunjukkan bahwa emosi negatif seperti kemarahan dan kekecewaan merupakan prediktor kuat dari penolakan terhadap program pembangunan

pariwisata. Studi ini menekankan bahwa keberhasilan sebuah kebijakan tidak hanya ditentukan oleh faktor ekonomi, tetapi juga oleh manajemen emosi masyarakat yang terlibat. Dalam masyarakat yang religius seperti Aceh, di mana nilai-nilai spiritual memegang peran penting, pengabaian terhadap dimensi afektif dapat menimbulkan resistensi yang kuat. Oleh karena itu, kebijakan yang berorientasi pada nilai harus disertai dengan pendekatan emosional yang empatik dan inklusif.

Pengaruh emosi negatif juga bersifat mediatif dalam hubungan antara persepsi institusional dan perilaku dukungan. Ketika masyarakat memiliki persepsi positif terhadap pemerintah tetapi tetap mengalami emosi negatif karena faktor lain (misalnya ketidakpastian), maka dampak kepercayaan tersebut terhadap dukungan akan berkurang. Ini menunjukkan bahwa emosi bertindak sebagai penghubung antara persepsi dan perilaku. Dalam ini, emosi negatif diposisikan sebagai variabel mediasi yang menjelaskan bagaimana kepercayaan terhadap pemerintah dapat memengaruhi dukungan masyarakat secara tidak langsung. Analisis terhadap peran mediasi ini akan

membantu memahami mekanisme psikologis yang mendasari sikap masyarakat.

Dengan mempertimbangkan seluruh faktor di atas, dapat disimpulkan bahwa emosi negatif merupakan komponen penting dalam menganalisis sikap masyarakat terhadap pariwisata Islam. Emosi ini tidak muncul secara acak, tetapi merupakan hasil dari evaluasi terhadap kepastian kebijakan dan kredibilitas institusi. Oleh karena itu, pengelolaan emosi masyarakat menjadi elemen strategis dalam pengembangan pariwisata berbasis nilai. Melalui komunikasi yang terbuka, partisipatif, dan berbasis empati, pemerintah dapat meminimalkan emosi negatif dan meningkatkan dukungan masyarakat. Pendekatan ini tidak hanya penting dari sisi praktis, tetapi juga memberikan kontribusi teoritis terhadap pengembangan model appraisal dalam kebijakan publik.

## **2.5 Kepercayaan terhadap Pemerintah**

Kepercayaan terhadap pemerintah merupakan elemen penting dalam pembentukan sikap masyarakat terhadap kebijakan publik, termasuk dalam sektor pariwisata. Dalam konteks ini, kepercayaan didefinisikan

sebagai persepsi masyarakat bahwa pemerintah bertindak dengan integritas, transparansi, dan kepedulian terhadap kepentingan publik. Ketika masyarakat yakin bahwa pemerintah bertindak jujur dan kompeten, mereka lebih cenderung memberikan dukungan terhadap kebijakan yang diusulkan. Sebaliknya, jika ada keraguan terhadap niat atau kemampuan pemerintah, maka resistensi sosial dapat muncul. Oleh karena itu, kepercayaan publik menjadi prasyarat bagi keberhasilan implementasi kebijakan, terutama yang bersifat sensitif seperti pariwisata Islam.

Beberapa studi telah menegaskan pentingnya kepercayaan dalam mendukung partisipasi masyarakat dalam pembangunan pariwisata. Nunkoo dan Gursoy (2016) menyatakan bahwa kepercayaan terhadap pemerintah memiliki pengaruh signifikan terhadap penerimaan warga terhadap pariwisata, terutama dalam masyarakat yang memiliki sejarah ketegangan sosial. Kepercayaan menciptakan legitimasi, yang memperkuat persepsi bahwa kebijakan yang diterapkan sesuai dengan kepentingan dan nilai masyarakat. Hal ini sangat relevan dalam konteks Aceh, di mana masyarakat sangat memperhatikan kesesuaian antara kebijakan dan prinsip

syariah. Oleh karena itu, integritas moral dan konsistensi kebijakan menjadi kunci dalam membangun kepercayaan warga.

Dalam konteks pariwisata Islam, kepercayaan terhadap pemerintah tidak hanya menyangkut aspek administratif, tetapi juga aspek normatif. Masyarakat Muslim akan menilai apakah pemerintah benar-benar serius dalam menerapkan nilai-nilai Islam dalam kebijakan pariwisata, atau sekadar menggunakan simbol agama untuk kepentingan ekonomi. Jika persepsi terhadap ketulusan pemerintah rendah, maka masyarakat akan memandang program tersebut sebagai tidak autentik dan manipulatif. Hal ini dapat memicu emosi negatif seperti kecewa, marah, atau cemas, yang pada akhirnya mengurangi dukungan terhadap program. Oleh karena itu, dimensi kepercayaan dalam konteks ini sangat terkait dengan persepsi moral dan spiritual masyarakat.

Kepercayaan terhadap pemerintah juga dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu dan reputasi institusi. Jika sebelumnya pemerintah dianggap gagal atau tidak responsif dalam melindungi nilai-nilai lokal, maka

kepercayaan masyarakat akan menurun. Sebaliknya, keberhasilan program-program terdahulu yang menunjukkan keberpihakan terhadap kepentingan rakyat akan memperkuat persepsi positif. Dalam jangka panjang, konsistensi dalam tindakan pemerintah menjadi modal utama dalam membangun dan mempertahankan kepercayaan masyarakat. Oleh karena itu, kepercayaan bukan sesuatu yang instan, tetapi hasil dari proses sosial-politik yang berkelanjutan.

Menurut teori institusional (*institutional theory*), kepercayaan publik terbentuk dari persepsi terhadap prosedur, hasil, dan orientasi nilai lembaga pemerintah. Persepsi bahwa prosedur kebijakan dilakukan secara adil dan akuntabel akan mendorong terciptanya kepercayaan yang lebih tinggi. Selain itu, jika kebijakan menunjukkan hasil yang nyata dan bermanfaat bagi masyarakat, maka kepercayaan terhadap pemerintah juga akan meningkat. Dalam konteks pariwisata Islam, masyarakat perlu diyakinkan bahwa program tersebut tidak hanya membawa manfaat ekonomi, tetapi juga mendukung nilai-nilai moral dan budaya setempat. Hal ini menegaskan bahwa orientasi

nilai pemerintah sangat menentukan dalam pembentukan kepercayaan masyarakat.

Kepercayaan terhadap pemerintah juga berfungsi sebagai buffer terhadap emosi negatif. Studi oleh Wong dan Lai (2022) menunjukkan bahwa kepercayaan yang tinggi dapat meredam dampak emosi negatif terhadap sikap masyarakat terhadap kebijakan. Artinya, meskipun masyarakat merasa tidak puas terhadap beberapa aspek pelaksanaan pariwisata Islam, jika kepercayaan terhadap pemerintah masih tinggi, maka dukungan terhadap program dapat tetap dipertahankan. Dalam kerangka ini, kepercayaan terhadap pemerintah diasumsikan memengaruhi dukungan secara langsung maupun tidak langsung melalui mediasi emosi negatif. Oleh karena itu, pengukuran kepercayaan menjadi krusial untuk memahami dinamika sosial yang kompleks ini.

Kesimpulannya, kepercayaan terhadap pemerintah merupakan fondasi penting dalam pengembangan pariwisata Islam yang berkelanjutan. Kepercayaan ini harus dibangun melalui transparansi, partisipasi, konsistensi kebijakan, dan orientasi nilai yang sejalan dengan

masyarakat. Pemerintah tidak cukup hanya memberikan manfaat ekonomi, tetapi juga harus menunjukkan keseriusan dalam menjaga integritas nilai keislaman dalam program-program wisata. Dengan kepercayaan yang kuat, resistensi dapat diminimalisasi dan dukungan masyarakat terhadap kebijakan akan meningkat secara signifikan. ini bertujuan untuk menguji secara empiris peran kepercayaan terhadap pemerintah dalam membentuk dukungan masyarakat terhadap pariwisata Islam di Kota Sabang.

## **2.6 Teori Appraisal Kognitif**

Teori Appraisal Kognitif atau Cognitive Appraisal Theory (CAT) adalah pendekatan psikologis yang menjelaskan bagaimana emosi terbentuk sebagai hasil dari evaluasi individu terhadap suatu peristiwa atau stimulus. Teori ini pertama kali diperkenalkan oleh Lazarus (1991) yang menyatakan bahwa emosi bukanlah respons otomatis, tetapi hasil dari penilaian subjektif atas makna suatu kejadian bagi individu. Dalam konteks ini, individu akan menilai sejauh mana suatu peristiwa relevan dengan kepentingannya, dapat dikendalikan, serta memiliki implikasi terhadap kesejahteraan atau nilai yang diyakini. Hasil penilaian ini akan menentukan jenis emosi yang

muncul, apakah positif seperti syukur dan kebanggaan, atau negatif seperti kemarahan dan kecemasan. Teori ini telah banyak digunakan untuk menjelaskan respons emosional masyarakat terhadap kebijakan publik, termasuk dalam sektor pariwisata.

Salah satu aspek kunci dalam CAT adalah dimensi evaluatif atau appraisal dimensions, seperti kepastian, kendali, intensitas, dan tanggung jawab. Dimensi-dimensi ini menentukan karakteristik dan intensitas emosi yang muncul. Misalnya, emosi kemarahan sering dikaitkan dengan evaluasi bahwa suatu peristiwa tidak adil dan disebabkan oleh pihak yang bertanggung jawab, seperti pemerintah. Sebaliknya, kecemasan muncul ketika individu merasa situasi tidak pasti atau sulit dikendalikan. Dalam ini, fokus diberikan pada dimensi kepastian dan kepercayaan terhadap pelaku, yang relevan untuk menjelaskan munculnya emosi negatif masyarakat terhadap kebijakan pariwisata Islam.

Dalam konteks kebijakan publik, CAT menjelaskan bahwa emosi masyarakat terhadap suatu program pemerintah merupakan hasil dari evaluasi terhadap tujuan,

niat, dan dampak dari program tersebut. Ketika masyarakat menilai bahwa kebijakan pariwisata Islam sesuai dengan nilai mereka dan memberikan manfaat, maka emosi positif seperti dukungan dan harapan akan muncul. Sebaliknya, apabila kebijakan dianggap ambigu, manipulatif, atau mengancam nilai-nilai yang diyakini, maka emosi negatif akan timbul. Emosi ini dapat berupa marah karena merasa ditipu, takut karena merasa terancam, atau kecewa karena ekspektasi tidak terpenuhi. Oleh karena itu, CAT memberikan kerangka teoritis yang kuat untuk menjelaskan dinamika psikologis di balik dukungan atau penolakan terhadap kebijakan.

CAT telah digunakan dalam berbagai untuk menganalisis reaksi masyarakat terhadap isu-isu sosial, termasuk kebijakan lingkungan, kesehatan, dan pembangunan pariwisata. Dalam konteks pariwisata, oleh Jordan dan Prayag (2022) serta Zheng et al. (2019) menggunakan CAT untuk mengkaji bagaimana persepsi risiko dan ketidakpastian memengaruhi emosi warga dan pada akhirnya sikap mereka terhadap pariwisata. Hasil dari studi-studi tersebut menunjukkan bahwa persepsi terhadap kejelasan kebijakan dan kredibilitas pelaksana sangat

memengaruhi emosi masyarakat. Dalam kasus pariwisata Islam di Aceh, persepsi terhadap keaslian, komitmen syariah, dan niat pemerintah menjadi elemen penting dalam proses appraisal. Oleh karena itu, CAT sangat relevan digunakan dalam ini.

Teori ini juga memungkinkan pemahaman tentang peran mediasi emosi dalam hubungan antara persepsi dan perilaku. Dalam banyak model psikososial, hubungan antara variabel kognitif seperti kepercayaan atau kepastian dan perilaku dukungan seringkali tidak bersifat langsung, tetapi dimediasi oleh emosi. Emosi negatif, dalam hal ini, dapat menjadi jembatan yang menjelaskan bagaimana persepsi masyarakat terhadap pemerintah memengaruhi perilaku mereka terhadap pariwisata Islam. Jika emosi negatif berhasil ditekan melalui kejelasan kebijakan dan pembangunan kepercayaan, maka dukungan masyarakat akan lebih mudah diperoleh. Oleh karena itu, pemahaman terhadap dinamika emosi menjadi krusial dalam analisis kebijakan publik.

CAT juga menekankan bahwa emosi memiliki dampak jangka panjang terhadap pembentukan sikap dan

ingatan kolektif. Dalam masyarakat, respons emosional terhadap suatu kebijakan dapat membentuk narasi sosial yang bertahan lama dan memengaruhi kebijakan di masa depan. Oleh karena itu, pengabaian terhadap emosi masyarakat dapat mengakibatkan hilangnya legitimasi sosial terhadap kebijakan, bahkan jika kebijakan tersebut memiliki manfaat ekonomi. Dalam konteks Aceh yang sangat religius, respons emosional terhadap pelabelan “Islam” dalam pariwisata harus ditangani dengan hati-hati. CAT memberikan perangkat analitis untuk memahami bagaimana persepsi terhadap niat dan dampak kebijakan membentuk respons emosional masyarakat.

Dengan mengadopsi CAT sebagai kerangka teoritis, ini berupaya menjelaskan bagaimana persepsi terhadap kepastian dan kepercayaan terhadap pemerintah membentuk emosi negatif yang pada akhirnya memengaruhi dukungan masyarakat terhadap pariwisata Islam. Pendekatan ini tidak hanya menjelaskan hubungan antarvariabel secara statistik, tetapi juga memberikan penjelasan psikologis yang mendalam. Dengan memahami mekanisme appraisal, pemerintah dan pelaksana kebijakan dapat merancang strategi komunikasi yang lebih empatik

dan responsif terhadap nilai-nilai masyarakat. Ini penting untuk memastikan bahwa kebijakan publik tidak hanya diterima secara rasional, tetapi juga secara emosional. Oleh karena itu, CAT menjadi landasan teoritis utama dalam studi ini.

## **2.7 Model Konseptual dan Hipotesis**

Model konseptual dalam ini disusun berdasarkan teori appraisal kognitif (Cognitive Appraisal Theory) dan temuan empiris dari studi sebelumnya tentang dukungan masyarakat terhadap kebijakan publik. Model ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana persepsi masyarakat terhadap kepastian dan kepercayaan terhadap pemerintah memengaruhi emosi negatif, yang selanjutnya memengaruhi dukungan terhadap kebijakan pariwisata Islam. Dengan membangun model struktural, ini menguji hubungan langsung dan tidak langsung antarvariabel dalam konteks masyarakat Kota Sabang. Pemilihan variabel dilakukan berdasarkan studi literatur yang relevan serta kebutuhan untuk menjelaskan dinamika sosial yang kompleks secara empiris. Oleh karena itu, model ini diharapkan mampu menjawab pertanyaan secara sistematis dan menyeluruh.

Dalam model ini terdapat empat konstruk utama: kepastian, kepercayaan terhadap pemerintah, emosi negatif, dan dukungan terhadap pariwisata Islam. Variabel kepastian dan kepercayaan terhadap pemerintah diposisikan sebagai variabel eksogen, sementara emosi negatif sebagai variabel mediasi, dan dukungan terhadap pariwisata sebagai variabel endogen. Keempat variabel tersebut diukur melalui indikator-indikator yang telah diadaptasi dari studi terdahulu dan dimodifikasi sesuai dengan konteks lokal. Model ini menguji pengaruh langsung dari kepastian terhadap emosi negatif, serta pengaruh kepercayaan terhadap emosi dan dukungan. Selain itu, model juga menguji pengaruh tidak langsung kepercayaan terhadap dukungan melalui mediasi emosi negatif.

Model konseptual ini dirancang untuk menjawab pertanyaan inti: bagaimana proses psikososial yang terjadi ketika masyarakat menilai suatu kebijakan pariwisata Islam yang dikembangkan oleh pemerintah? Dengan menguji model ini, peneliti ingin mengetahui apakah persepsi terhadap kejelasan kebijakan (kepastian) dan kredibilitas

aktor (pemerintah) berkontribusi terhadap sikap masyarakat melalui jalur afektif. Dalam banyak konteks, proses appraisal ini menentukan apakah suatu kebijakan akan diterima atau ditolak. Emosi negatif dianggap sebagai hasil dari ketidaksesuaian antara nilai yang diyakini masyarakat dan persepsi terhadap kebijakan yang dijalankan. Oleh karena itu, pemahaman terhadap struktur hubungan ini sangat penting bagi perumusan strategi kebijakan yang efektif dan berkelanjutan.

Berdasarkan kerangka teoritis dan model konseptual tersebut, maka hipotesis dirumuskan sebagai berikut.

H1: Kepastian berpengaruh negatif terhadap emosi negatif.

H2: Emosi negatif berpengaruh negatif terhadap dukungan terhadap pariwisata Islam.

H3: Kepercayaan terhadap pemerintah berpengaruh negatif terhadap emosi negatif.

H4: Kepercayaan terhadap pemerintah berpengaruh positif terhadap dukungan terhadap pariwisata Islam.

H5: Emosi negatif memediasi hubungan antara kepercayaan terhadap pemerintah dan dukungan terhadap pariwisata Islam.

Kelima hipotesis ini mencerminkan hubungan teoritis dan empiris yang telah dijelaskan dalam bagian sebelumnya. Hubungan antara variabel disusun untuk menguji bagaimana dinamika psikologis dan persepsi institusional memengaruhi perilaku kolektif masyarakat. Dengan adanya variabel mediasi (emosi negatif), model ini menjadi lebih komprehensif dalam menangkap mekanisme internal yang terjadi dalam masyarakat. Uji terhadap hipotesis dilakukan melalui pendekatan analisis jalur (path analysis) menggunakan Structural Equation Modeling (SEM). Hasil dari pengujian ini akan menunjukkan kekuatan dan arah hubungan antarvariabel dalam model konseptual.

Model konseptual ini juga menyediakan kerangka bagi perumusan kebijakan berbasis data (evidence-based policy). Jika hasil menunjukkan bahwa kepastian dan kepercayaan signifikan dalam membentuk dukungan masyarakat, maka pemerintah dapat menyusun strategi komunikasi dan implementasi kebijakan yang lebih efektif. Selain itu, jika emosi negatif terbukti sebagai mediator yang kuat, maka pendekatan afektif perlu diintegrasikan dalam desain kebijakan dan promosi pariwisata Islam. Artinya, strategi pembangunan tidak bisa hanya mengandalkan

aspek rasional dan ekonomi, tetapi juga harus mempertimbangkan aspek emosional masyarakat. Oleh karena itu, validasi terhadap model ini sangat penting dalam memberikan dasar ilmiah bagi pengambilan keputusan publik.

Secara metodologis, model ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan kerangka analisis perilaku sosial dalam studi kebijakan publik dan pariwisata. Dengan memadukan teori psikologi sosial dan konteks lokal, model ini bersifat fleksibel untuk diterapkan dalam berbagai kasus serupa di daerah lain. ini juga memberikan dasar bagi pengembangan model-model teoritis lanjutan yang mengintegrasikan variabel afektif dan kognitif dalam kebijakan berbasis nilai. Melalui pendekatan ini, kontribusi tidak hanya bersifat lokal, tetapi juga teoretis dan praktis secara lebih luas. Model konseptual dan hipotesis yang dirumuskan akan diuji secara empiris pada bab-bab selanjutnya dengan data yang dikumpulkan dari masyarakat Kota Sabang.

## BAB III

### METODE PENCARIAN

#### 3.1 Objek dan Lokasi

ini difokuskan pada masyarakat Kota Sabang sebagai objek sekaligus sumber utama data empiris. Kota Sabang dipilih karena merupakan wilayah yang strategis dalam pengembangan pariwisata Islam dan memiliki populasi mayoritas Muslim. Sebagai kota yang dikenal religius dan memiliki sejarah panjang dalam penerapan nilai-nilai Islam, Sabang menjadi lokasi ideal untuk mengkaji respons masyarakat terhadap kebijakan pariwisata berbasis syariah. Pemerintah daerah juga telah mencanangkan program wisata halal sebagai bagian dari strategi pembangunan ekonomi berbasis nilai. Hal ini membuat Sabang relevan dijadikan locus untuk mengeksplorasi persepsi, emosi, dan kepercayaan masyarakat terhadap kebijakan tersebut.

Secara administratif, Kota Sabang terdiri dari beberapa kecamatan dan gampong yang memiliki karakteristik sosial dan budaya yang relatif homogen. Mayoritas penduduknya menganut Islam dan menjunjung

tinggi adat istiadat serta norma keagamaan. Tingkat partisipasi masyarakat dalam kegiatan sosial keagamaan tergolong tinggi, termasuk dalam pengambilan keputusan publik yang berkaitan dengan nilai-nilai moral dan agama. Oleh karena itu, studi ini menjadi sangat relevan untuk mengkaji dinamika psikososial masyarakat terhadap penerapan kebijakan pariwisata Islam. Pendekatan berbasis nilai yang diusung oleh pemerintah sangat dipengaruhi oleh penerimaan atau penolakan masyarakat Sabang yang berperan sebagai stakeholder utama.

Objek utama dalam ini adalah persepsi masyarakat terhadap empat variabel utama: kepastian, emosi negatif, kepercayaan terhadap pemerintah, dan dukungan terhadap pariwisata Islam. Setiap variabel dioperasionalisasikan dalam bentuk pertanyaan terstruktur yang disesuaikan dengan konteks lokal masyarakat Sabang. Masyarakat sebagai aktor penerima dampak langsung dari kebijakan pariwisata Islam dipandang paling otoritatif untuk memberikan respons atas kebijakan tersebut. Mereka mengalami dampak sosial, ekonomi, dan nilai secara langsung yang ditimbulkan oleh pengembangan pariwisata. Oleh karena itu, data yang dikumpulkan bersumber dari

pengalaman, penilaian, dan reaksi emosional masyarakat sebagai pihak yang paling terlibat.

Pemilihan lokasi Kota Sabang juga dilandasi oleh fakta bahwa wilayah ini merupakan salah satu destinasi prioritas wisata halal di Aceh. Pemerintah pusat dan daerah aktif mempromosikan pariwisata syariah di wilayah ini sebagai bagian dari penguatan ekonomi berbasis nilai. Namun demikian, implementasi kebijakan tersebut seringkali menghadapi tantangan sosial berupa keraguan masyarakat terhadap keseriusan dan komitmen pemerintah. Dalam beberapa kasus, masyarakat menyuarakan kekhawatiran bahwa pariwisata Islam hanya menjadi label tanpa konsistensi dalam pelaksanaan di lapangan. Oleh sebab itu, lokasi ini dinilai memiliki kompleksitas dan dinamika yang tepat untuk menjawab tujuan secara empiris.

Kota Sabang juga merupakan daerah yang relatif terbuka terhadap wisatawan, baik domestik maupun mancanegara. Interaksi masyarakat lokal dengan wisatawan dari berbagai latar belakang menciptakan ruang diskusi sosial yang dinamis, termasuk tentang batasan nilai dan

norma yang perlu ditegakkan dalam industri pariwisata. Di satu sisi, masyarakat menyadari pentingnya wisata untuk pertumbuhan ekonomi lokal, namun di sisi lain terdapat kebutuhan untuk menjaga identitas kultural dan religius. Kondisi ini menimbulkan dilema psikologis yang menjadi konteks penting dalam ini. Oleh karena itu, lokasi Sabang menawarkan situasi sosial yang khas dan kompleks dalam penerapan pariwisata Islam.

Seluruh aspek pengembangan pariwisata, tetapi secara spesifik menyoroti respons masyarakat terhadap kebijakan pariwisata yang diklaim sebagai berbasis Islam. Fokus ini dipilih karena adanya asumsi bahwa masyarakat Muslim secara otomatis akan mendukung kebijakan yang mengusung nilai-nilai Islam. Padahal, dukungan tersebut sangat dipengaruhi oleh persepsi terhadap kejelasan kebijakan, kredibilitas pelaksana, dan keselarasan dengan norma lokal. Dengan menjadikan Sabang sebagai studi kasus, ini berupaya membongkar anggapan-anggapan tersebut secara ilmiah dan berbasis data. Hal ini menjadikan ini bukan hanya relevan secara lokal, tetapi juga secara konseptual dalam wacana akademik yang lebih luas.

Akhirnya, pemilihan Kota Sabang sebagai lokasi memberikan kontribusi kontekstual yang signifikan dalam memperkaya literatur tentang pariwisata Islam di Indonesia. Sebagian besar studi sebelumnya dilakukan di wilayah Timur Tengah atau Asia Tenggara bagian lain, dengan karakteristik sosial yang berbeda. Dengan latar religius, geografis, dan sosial yang unik, Sabang menjadi laboratorium sosial yang tepat untuk mengeksplorasi teori appraisal kognitif dalam konteks kebijakan publik. Temuan dari lokasi ini diharapkan memberikan kontribusi terhadap perumusan kebijakan yang lebih kontekstual, inklusif, dan berbasis bukti. Dengan demikian, pemilihan lokasi ini sangat strategis secara ilmiah maupun praktis.

### **3.2 Populasi dan Sampel**

Pendekatan kuantitatif yang membutuhkan definisi populasi dan sampel yang jelas dan terukur. Populasi dalam ini adalah seluruh masyarakat Kota Sabang yang berusia minimal 17 tahun dan berdomisili secara tetap di wilayah tersebut. Kriteria usia ini dipilih karena individu pada rentang usia ini dianggap telah memiliki kapasitas kognitif dan afektif yang memadai untuk memberikan penilaian terhadap kebijakan publik. Selain itu, penduduk tetap

dipilih untuk memastikan bahwa responden memiliki pengalaman dan keterlibatan langsung dalam dinamika sosial, ekonomi, dan budaya setempat. Populasi ini merepresentasikan aktor sosial yang secara langsung merasakan dampak dari pengembangan pariwisata Islam.

Sampel dalam ini diambil menggunakan teknik purposive sampling, yaitu metode penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu yang sesuai dengan tujuan. Kriteria utama dalam pemilihan sampel adalah bahwa responden harus memiliki pengetahuan dasar tentang pariwisata Islam yang sedang dikembangkan di Sabang dan memiliki opini atau sikap terhadapnya. Hal ini penting untuk memastikan bahwa data yang diperoleh berasal dari individu yang benar-benar memahami konteks kebijakan yang diteliti. Pendekatan ini dianggap tepat karena tidak semua warga kota memiliki keterpaparan atau keterlibatan langsung dalam isu pariwisata. Dengan demikian, pemilihan responden dilakukan secara selektif agar hasil yang diperoleh benar-benar relevan dengan konstruk yang diteliti.

Jumlah sampel yang ditetapkan dalam ini adalah 300 orang, yang dianggap mencukupi untuk kebutuhan analisis statistik menggunakan teknik Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Squares (PLS-SEM). Jumlah ini mengacu pada ketentuan Hair et al. (2019) yang menyarankan minimal 10 kali jumlah indikator dalam model pengukuran. Selain itu, dengan jumlah tersebut, peneliti dapat melakukan uji model struktural secara lebih robust dan menghasilkan estimasi yang lebih stabil. Jumlah sampel juga mempertimbangkan ketersediaan sumber daya dan kondisi geografis Kota Sabang. Dengan ukuran ini, analisis dapat dilakukan dengan mempertimbangkan distribusi demografi yang representatif.

Distribusi sampel dilakukan secara proporsional di seluruh kecamatan di Kota Sabang untuk memastikan keterwakilan wilayah. Setiap enumerator diberi tugas mengumpulkan data dari wilayah tertentu berdasarkan peta administratif dan sebaran populasi. Pendekatan ini membantu mengurangi bias geografis dan memastikan bahwa data mencerminkan kondisi sosial yang beragam di seluruh wilayah kota. Pengumpulan data dilakukan secara langsung melalui wawancara semi-terstruktur yang

dipandu oleh kuesioner tertutup. Metode ini dipilih untuk mengakomodasi keterbatasan literasi atau perbedaan pemahaman responden terhadap istilah teknis dalam kuesioner.

Untuk meningkatkan validitas eksternal, peneliti memastikan bahwa distribusi sampel mencakup variasi dalam usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan pekerjaan. Keragaman ini penting karena faktor-faktor demografis dapat memengaruhi persepsi dan sikap terhadap kebijakan publik, termasuk pariwisata Islam. Misalnya, generasi muda mungkin memiliki cara pandang yang berbeda terhadap konsep wisata syariah dibandingkan kelompok usia lanjut. Demikian pula, tingkat pendidikan dapat memengaruhi pemahaman terhadap konsep dan dampak kebijakan pariwisata. Oleh karena itu, distribusi demografi diperhatikan secara cermat dalam tahap perencanaan pengambilan sampel.

Meskipun purposive sampling tidak memberikan peluang generalisasi ke seluruh populasi secara statistik, metode ini tetap sah dan sesuai dalam konteks sosial yang mengutamakan relevansi isi. ini tidak bertujuan untuk

membuat generalisasi populasi secara luas, tetapi untuk menggali hubungan antarvariabel dalam konteks masyarakat yang relevan secara substantif. Dengan memilih responden yang benar-benar memahami isu pariwisata Islam, validitas isi (content validity) dari data yang diperoleh menjadi lebih terjaga. Ini juga membantu peneliti menangkap kompleksitas dinamika persepsi dan emosi secara lebih akurat. Oleh karena itu, pendekatan ini dipandang sesuai dan metodologis kuat untuk tujuan ini.

Akhirnya, proses pengambilan sampel dilakukan dengan memperhatikan prinsip etika, termasuk mendapatkan persetujuan dari responden dan menjaga kerahasiaan data pribadi mereka. Setiap responden diberi informasi mengenai tujuan, hak mereka sebagai partisipan, serta jaminan bahwa data yang dikumpulkan hanya digunakan untuk kepentingan akademik. Prosedur ini bertujuan menjaga integritas dan memastikan kepercayaan responden terhadap peneliti. Kepercayaan ini penting mengingat salah satu variabel yang diteliti adalah kepercayaan terhadap pemerintah, yang bisa menjadi isu sensitif dalam konteks sosial tertentu. Dengan demikian,

proses sampling dilakukan secara hati-hati dan etis demi menghasilkan data yang sah dan terpercaya.

### **3.4 Definisi Operasional Variabel**

ini menggunakan empat konstruk utama: kepastian, emosi negatif, kepercayaan terhadap pemerintah, dan dukungan terhadap pariwisata Islam. Masing-masing variabel diukur menggunakan indikator yang dikembangkan berdasarkan teori appraisal kognitif serta temuan empiris dari studi sebelumnya. Untuk memastikan validitas dan reliabilitas konstruk, semua indikator telah ditinjau dari literatur relevan dan disesuaikan dengan konteks sosial masyarakat Kota Sabang. Instrumen menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari “sangat tidak setuju” hingga “sangat setuju.” Pendekatan ini memungkinkan kuantifikasi sikap dan persepsi responden secara sistematis dan terukur.

Variabel kepastian didefinisikan sebagai persepsi masyarakat tentang sejauh mana kebijakan pariwisata Islam dianggap dapat diprediksi, konsisten, dan sesuai dengan nilai yang diyakini. Kepastian ini mencakup persepsi terhadap kejelasan kebijakan, transparansi tujuan, dan

prediktabilitas dampaknya bagi kehidupan sosial. Indikator pengukuran kepastian meliputi keyakinan bahwa kebijakan dilaksanakan dengan arah yang jelas, selaras dengan nilai Islam, serta tidak berubah-ubah. Kepastian juga mencerminkan persepsi bahwa program pariwisata Islam tidak sekadar retorika, melainkan dijalankan secara konsisten oleh pemerintah. Variabel ini diposisikan sebagai faktor prediktor terhadap munculnya emosi negatif dalam model .

Variabel emosi negatif mengacu pada perasaan tidak menyenangkan yang dirasakan masyarakat akibat ketidaksesuaian antara ekspektasi mereka terhadap kebijakan dengan realitas yang terjadi. Emosi negatif yang diukur dalam ini mencakup kecemasan, kekecewaan, kemarahan, dan ketidaknyamanan. Emosi ini dianggap sebagai produk dari appraisal kognitif masyarakat terhadap nilai, kejelasan, dan aktor pelaksana kebijakan. Dalam konteks ini, emosi negatif dipandang sebagai respons terhadap ketidakpastian serta ketidakpuasan terhadap tindakan pemerintah. Variabel ini juga berfungsi sebagai mediator dalam hubungan antara kepercayaan terhadap pemerintah dan dukungan terhadap kebijakan.

Variabel kepercayaan terhadap pemerintah didefinisikan sebagai keyakinan masyarakat bahwa pemerintah bertindak secara jujur, adil, dan sesuai dengan nilai-nilai yang mereka anut. Kepercayaan ini mencakup persepsi terhadap integritas, kompetensi, dan niat baik pemerintah dalam mengimplementasikan pariwisata Islam. Indikator pengukuran meliputi sejauh mana masyarakat yakin bahwa pemerintah serius menerapkan prinsip syariah dalam pariwisata, serta sejauh mana pemerintah melibatkan masyarakat dalam proses perumusan kebijakan. Kepercayaan juga dinilai dari tingkat kepuasan masyarakat terhadap komunikasi dan transparansi pemerintah dalam pengelolaan sektor pariwisata. Variabel ini berperan sebagai prediktor utama dalam model dan diasumsikan memiliki pengaruh langsung serta tidak langsung terhadap dukungan masyarakat.

Variabel dukungan terhadap pariwisata Islam merujuk pada tingkat kesediaan masyarakat untuk menerima, mempromosikan, dan berpartisipasi dalam pengembangan pariwisata yang berbasis nilai-nilai Islam. Dukungan ini diukur melalui indikator seperti kesediaan

untuk menyambut wisatawan Muslim, mendukung program pemerintah, serta menghindari tindakan yang dapat menghambat keberhasilan pariwisata Islam. Dukungan juga dapat berupa partisipasi dalam kegiatan sosial terkait promosi wisata berbasis syariah atau kesediaan menjadi bagian dari pelaku ekonomi wisata halal. Variabel ini menjadi fokus utama karena mencerminkan outcome dari proses appraisal yang dialami masyarakat. Dengan kata lain, variabel ini merupakan variabel dependen dalam model struktural .

Untuk mengukur keempat konstruk tersebut, digunakan item pertanyaan yang telah dikembangkan dari studi sebelumnya seperti oleh Gursoy et al. (2016), Ouyang et al. (2017), dan Jordan & Prayag (2022). Seluruh item diadaptasi dan disesuaikan dengan kondisi masyarakat Aceh melalui proses uji validitas isi (content validity) dan uji coba terbatas (pilot testing). Hasil uji coba menunjukkan bahwa seluruh indikator dapat dipahami oleh responden dan memiliki konsistensi internal yang memadai. Peneliti juga melibatkan pakar dalam bidang psikologi sosial dan kebijakan publik untuk melakukan validasi terhadap bahasa dan konteks item. Dengan langkah ini, instrumen yang

digunakan dapat dipastikan valid dan reliabel dalam mengukur konstruk yang dimaksud.

Secara keseluruhan, definisi operasional dalam ini dirancang agar memiliki kejelasan konseptual dan operasional yang tinggi. Hal ini penting untuk memastikan bahwa setiap konstruk dapat diukur secara objektif dan menghasilkan data yang dapat dianalisis secara kuantitatif. Kejelasan dalam definisi juga memungkinkan replikasi oleh peneliti lain dalam konteks atau lokasi yang berbeda. Dengan demikian, ini tidak hanya menyajikan temuan empiris yang valid, tetapi juga menyumbang terhadap pengembangan metodologi pengukuran dalam studi psikologi sosial dan kebijakan pariwisata. Langkah ini memperkuat posisi ilmiah dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan penting tentang dukungan masyarakat terhadap kebijakan berbasis nilai.

### **3.5 Metode Analisis Data**

Metode analisis data yang digunakan dalam ini adalah Structural Equation Modeling (SEM) dengan

pendekatan Partial Least Squares (PLS). SEM-PLS dipilih karena mampu menangani model yang kompleks dengan jumlah sampel moderat serta dapat menguji hubungan simultan antara konstruk laten. Pendekatan ini juga memungkinkan analisis model mediasi yang menjadi salah satu fokus utama dalam ini. Analisis dilakukan dengan bantuan perangkat lunak WarpPLS 8.0, yang sesuai untuk pengujian data berbasis skala Likert dan mendukung validasi model pengukuran serta struktural. Teknik ini cocok untuk menguji hubungan kausal dalam sosial yang menggabungkan variabel psikologis dan institusional.

Tahapan pertama dalam analisis adalah evaluasi model pengukuran (outer model), yang bertujuan untuk menilai validitas dan reliabilitas konstruk laten. Validitas konvergen diuji melalui Average Variance Extracted (AVE), yang disyaratkan memiliki nilai minimum 0,5. Sementara itu, reliabilitas konstruk dinilai dari nilai composite reliability dan Cronbach's alpha, yang keduanya harus melebihi angka 0,7 untuk dianggap memadai. Uji validitas diskriminan dilakukan dengan metode cross loading dan Fornell-Larcker Criterion untuk memastikan bahwa konstruk berbeda secara empiris. Langkah ini memastikan

bahwa setiap konstruk dalam model dapat diinterpretasikan dengan akurat.

Tahapan berikutnya adalah evaluasi model struktural (inner model) untuk menguji kekuatan dan arah hubungan antar konstruk. Dalam tahapan ini, beberapa indikator utama yang dianalisis meliputi nilai path coefficient, nilai  $R^2$  (koefisien determinasi), serta nilai p-value untuk mengukur signifikansi statistik. Nilai  $R^2$  menunjukkan seberapa besar variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model. Pengujian signifikansi dilakukan dengan metode bootstrapping, menggunakan 5.000 subsample untuk menghasilkan estimasi parameter yang stabil. Model dianggap fit apabila memenuhi standar statistik dan koefisien yang signifikan secara teoritis maupun empiris.

Pengujian hipotesis langsung (direct effect) dilakukan dengan melihat nilai signifikansi hubungan antara konstruk, seperti pengaruh kepastian terhadap emosi negatif atau kepercayaan terhadap dukungan. Setiap hipotesis dinilai berdasarkan signifikansi nilai t dan p yang dihasilkan oleh bootstrapping. Hipotesis diterima apabila

nilai  $p$  kurang dari 0,05, yang menunjukkan bahwa hubungan antar konstruk signifikan pada tingkat kepercayaan 95%. Analisis ini memberikan pemahaman awal mengenai kekuatan hubungan langsung yang terjadi antara persepsi, emosi, dan perilaku dukungan. Dengan pendekatan ini, hipotesis yang diajukan dapat diuji secara sistematis dan empiris.

Selain hubungan langsung, ini juga menguji efek mediasi, khususnya peran emosi negatif sebagai mediator antara kepercayaan terhadap pemerintah dan dukungan terhadap pariwisata Islam. Uji mediasi dilakukan dengan pendekatan Variance Accounted For (VAF) dan Sobel Test untuk menentukan apakah mediasi bersifat parsial atau penuh. Jika nilai VAF berada antara 20%–80%, maka mediasi dikatakan bersifat parsial, sementara nilai di atas 80% menunjukkan mediasi penuh. Mediasi dianggap signifikan jika jalur tidak langsung dan langsung keduanya signifikan, atau jika jalur tidak langsung tetap signifikan meskipun jalur langsung tidak lagi signifikan. Analisis ini penting untuk memahami proses psikologis di balik hubungan antara kepercayaan institusional dan perilaku sosial masyarakat.

Untuk memastikan akurasi hasil, dilakukan pula pengujian multikolinearitas antar indikator menggunakan nilai variance inflation factor (VIF), dengan batas maksimal 3,3. Nilai VIF yang tinggi menunjukkan adanya korelasi tinggi antar indikator, yang dapat mengganggu kestabilan estimasi model. Selain itu, Goodness-of-Fit (GoF) juga dihitung untuk mengevaluasi keseluruhan kecocokan model terhadap data. Meskipun dalam pendekatan PLS tidak tersedia indeks fit global seperti pada SEM-CB, nilai GoF tetap memberikan indikasi awal tentang seberapa baik model menjelaskan varians dalam data. Seluruh langkah ini mengikuti prosedur yang diakui dalam metodologi kuantitatif dan memberikan dasar ilmiah yang kuat bagi interpretasi hasil.

Secara keseluruhan, metode analisis yang digunakan dalam ini dirancang untuk memberikan gambaran yang komprehensif tentang hubungan antara persepsi, emosi, kepercayaan, dan dukungan masyarakat terhadap kebijakan pariwisata Islam. Pendekatan SEM-PLS memungkinkan pengujian yang fleksibel dan robust terhadap model teoritis yang kompleks. Melalui teknik ini,

peneliti dapat mengidentifikasi hubungan langsung maupun tidak langsung antarvariabel serta memahami struktur mediasi yang bekerja dalam konteks sosial masyarakat Kota Sabang. Hasil analisis diharapkan tidak hanya memberikan kontribusi teoretis, tetapi juga rekomendasi praktis yang berbasis bukti bagi pembuat kebijakan. Dengan prosedur analisis yang sistematis, validitas dan keandalan hasil ini dapat dijamin secara metodologis.

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Hasil

Melibatkan 300 responden dari Kota Sabang yang terseleksi berdasarkan kriteria purposive sampling. Karakteristik responden menunjukkan proporsi yang cukup seimbang berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan, dan pekerjaan. Mayoritas responden berasal dari kelompok usia produktif (21-50 tahun) dan memiliki latar belakang pendidikan menengah hingga tinggi. Hal ini mencerminkan keterlibatan masyarakat yang cukup sadar akan isu-isu kebijakan publik termasuk pariwisata Islam. Data demografis ini penting karena variabel sosial memengaruhi persepsi, emosi, dan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah.

Hasil pengukuran terhadap variabel kepastian menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat merasakan kejelasan arah dan konsistensi kebijakan pariwisata Islam. Rata-rata skor kepastian berada di atas 3,5 pada skala Likert lima poin, menandakan persepsi positif terhadap stabilitas dan kesesuaian kebijakan dengan nilai Islam. Masyarakat

percaya bahwa pariwisata Islam di Sabang dirancang dengan mempertimbangkan aspek hukum dan syariah. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat merasa program wisata tersebut tidak bersifat manipulatif. Temuan ini mendukung teori appraisal kognitif bahwa persepsi kepastian menurunkan emosi negatif.

Untuk variabel emosi negatif, hasil menunjukkan bahwa sebagian besar responden tidak merasakan kecemasan, kemarahan, atau kekecewaan yang tinggi terkait kebijakan pariwisata Islam. Data memperlihatkan bahwa mayoritas responden menyatakan “tidak setuju” atau “sangat tidak setuju” atas pernyataan yang mengindikasikan emosi negatif terhadap kebijakan ini. Rata-rata skor emosi negatif berada di bawah angka tengah (2,5), menunjukkan persepsi yang relatif netral hingga positif. Artinya, persepsi kepastian yang tinggi turut menurunkan intensitas emosi negatif. Hal ini mengonfirmasi hipotesis pertama (H1) bahwa kepastian berpengaruh negatif terhadap emosi negatif.

Hasil pengukuran terhadap kepercayaan terhadap pemerintah juga menunjukkan nilai yang tinggi. Mayoritas

responden menyatakan setuju dan sangat setuju bahwa pemerintah bertindak adil, religius, dan berpihak kepada masyarakat. Skor rata-rata keseluruhan mencapai 4,04 dari 5, mengindikasikan tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap integritas dan niat baik pemerintah dalam mengelola pariwisata Islam. Temuan ini memperkuat argumen bahwa legitimasi kebijakan publik sangat bergantung pada kredibilitas aktor pelaksana. Data ini juga mendukung hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan bahwa kepercayaan terhadap pemerintah menurunkan emosi negatif.

Variabel dukungan terhadap pariwisata Islam menunjukkan tingkat penerimaan yang tinggi dari masyarakat Kota Sabang. Sekitar 90% responden mendukung promosi, inovasi, dan pengembangan fasilitas pariwisata berbasis Islam. Mayoritas masyarakat menunjukkan kesediaan untuk berpartisipasi dalam kegiatan wisata dan mendukung keberlanjutan pariwisata yang selaras dengan nilai agama. Hasil ini memperkuat hipotesis kedua (H2) bahwa emosi negatif berpengaruh negatif terhadap dukungan masyarakat, serta hipotesis keempat (H4) bahwa kepercayaan terhadap pemerintah

berpengaruh positif terhadap dukungan. Dengan demikian, variabel persepsi dan emosi terbukti memengaruhi dukungan secara signifikan.

Pengujian hipotesis kelima (H5) mengenai peran mediasi emosi negatif dalam hubungan antara kepercayaan terhadap pemerintah dan dukungan terhadap pariwisata Islam menunjukkan hasil signifikan. Analisis jalur (path analysis) melalui SEM-PLS mengindikasikan bahwa emosi negatif memediasi hubungan tersebut secara parsial. Artinya, kepercayaan terhadap pemerintah tidak hanya memengaruhi dukungan secara langsung, tetapi juga secara tidak langsung melalui penurunan emosi negatif. Ini sesuai dengan teori appraisal kognitif yang menempatkan emosi sebagai perantara antara persepsi terhadap agen kebijakan dan respons perilaku. Temuan ini menegaskan pentingnya pengelolaan emosi dalam strategi komunikasi kebijakan publik.

Secara keseluruhan, semua hipotesis dalam model konseptual ini didukung oleh data empiris. Hubungan antarvariabel menunjukkan arah dan kekuatan yang sesuai dengan asumsi teoritis dan temuan studi sebelumnya.

Kejelasan kebijakan dan kredibilitas pemerintah terbukti mampu menekan emosi negatif masyarakat dan meningkatkan dukungan terhadap pariwisata Islam. Hal ini menandakan bahwa pendekatan berbasis nilai dan partisipasi publik dapat meningkatkan efektivitas kebijakan pembangunan sektor pariwisata. Temuan ini akan dijelaskan lebih dalam dalam bagian pembahasan berikutnya (4.2).

#### **4.2 Pembahasan**

Hasil ini menunjukkan bahwa kepastian berperan penting dalam membentuk emosi masyarakat terhadap kebijakan pariwisata Islam di Kota Sabang. Temuan ini konsisten dengan Cognitive Appraisal Theory yang menyatakan bahwa persepsi terhadap kejelasan dan prediktabilitas situasi akan menentukan jenis emosi yang muncul. Masyarakat yang merasa yakin bahwa kebijakan dijalankan dengan konsisten dan sesuai nilai syariah cenderung merespons secara positif. Dalam hal ini, persepsi kepastian yang tinggi berkorelasi dengan rendahnya tingkat emosi negatif seperti kecemasan dan kekecewaan. Oleh karena itu, kejelasan dalam kebijakan dan komunikasi

pemerintah menjadi faktor kunci dalam menjaga stabilitas emosional masyarakat.

Hubungan antara kepastian dan emosi negatif dalam ini mendukung hipotesis pertama, bahwa semakin tinggi persepsi kepastian, semakin rendah emosi negatif yang muncul. Temuan ini sejalan dengan studi Zheng et al. (2019) dan Smith & Ellsworth (1985) yang menyatakan bahwa emosi negatif sering muncul dari ketidakpastian dan ketidaksesuaian antara ekspektasi dan realitas. Dalam konteks Sabang, masyarakat merasa bahwa kebijakan pariwisata Islam tidak hanya memiliki arah yang jelas tetapi juga diimplementasikan secara konsisten. Kejelasan ini membangun persepsi stabilitas yang memperkuat kenyamanan psikologis masyarakat. Hasil ini menekankan pentingnya perencanaan kebijakan yang disertai transparansi dan komunikasi berkelanjutan.

Temuan selanjutnya menunjukkan bahwa emosi negatif berpengaruh signifikan terhadap tingkat dukungan masyarakat, sesuai dengan hipotesis kedua. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat yang merasa cemas, marah, atau kecewa terhadap kebijakan cenderung tidak

memberikan dukungan terhadap program tersebut. Hasil ini mendukung studi Jordan dan Prayag (2022) yang menemukan bahwa emosi negatif menurunkan partisipasi sosial terhadap pariwisata berkelanjutan. Dalam konteks Sabang, rendahnya emosi negatif berkontribusi langsung pada tingginya dukungan terhadap pariwisata Islam. Ini menunjukkan bahwa pengelolaan emosi merupakan strategi penting dalam pembangunan kebijakan berbasis nilai.

ini juga mengonfirmasi bahwa kepercayaan terhadap pemerintah memiliki pengaruh signifikan terhadap dua variabel sekaligus: emosi negatif dan dukungan terhadap kebijakan. Temuan ini mendukung hipotesis ketiga dan keempat, serta memperkuat teori institusional yang menyatakan bahwa persepsi terhadap kredibilitas lembaga publik memengaruhi sikap dan perilaku masyarakat. Masyarakat yang memercayai niat baik dan kompetensi pemerintah cenderung menunjukkan sikap kooperatif dan tidak mudah terpengaruh oleh perasaan negatif. Di Kota Sabang, kepercayaan terhadap pemerintah yang tinggi tampaknya menjadi penopang utama dukungan masyarakat terhadap kebijakan pariwisata

Islam. Hasil ini menegaskan bahwa legitimasi institusional berperan penting dalam stabilitas sosial dan keberhasilan implementasi kebijakan.

Temuan mengenai peran mediasi emosi negatif juga sangat signifikan. Emosi negatif terbukti memediasi secara parsial hubungan antara kepercayaan terhadap pemerintah dan dukungan terhadap pariwisata Islam. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap pemerintah tidak hanya berdampak langsung, tetapi juga bekerja melalui jalur psikologis yang lebih dalam. Ketika masyarakat percaya pada integritas pemerintah, mereka cenderung mengalami lebih sedikit emosi negatif, dan pada akhirnya memberikan dukungan yang lebih besar terhadap kebijakan. Temuan ini sejalan dengan kerangka appraisal kognitif yang menjelaskan pentingnya proses penilaian psikologis dalam membentuk respons afektif dan perilaku masyarakat.

Secara keseluruhan, model yang digunakan dalam ini terbukti relevan dan valid untuk menjelaskan dukungan masyarakat terhadap pariwisata Islam di Sabang. Integrasi antara variabel psikologis (emosi), persepsi kebijakan

(kepastian), dan institusional (kepercayaan) menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif. Temuan ini mendukung pendekatan multidimensi dalam studi kebijakan publik, di mana keberhasilan implementasi sangat bergantung pada faktor-faktor afektif dan sosial. Ke depan, pemerintah perlu mempertimbangkan aspek psikologis ini dalam menyusun kebijakan yang menyentuh langsung kehidupan masyarakat. Pendekatan ini juga memberi peluang bagi penguatan partisipasi sosial yang berbasis nilai.

Dalam konteks praktis, hasil ini memberikan arahan strategis bagi pengelolaan pariwisata Islam di wilayah mayoritas Muslim. Pemerintah harus memastikan bahwa kebijakan yang diambil tidak hanya memiliki legitimasi hukum, tetapi juga resonansi emosional dengan masyarakat. Edukasi publik, komunikasi transparan, dan pelibatan tokoh masyarakat menjadi kunci untuk membangun kepercayaan dan mengurangi resistensi. Selain itu, penting untuk menjaga konsistensi antara retorika keislaman dan praktik kebijakan agar masyarakat tidak merasa dikhianati secara simbolik. Dengan strategi yang tepat, pengembangan pariwisata Islam dapat dilakukan

secara inklusif dan berkelanjutan, sebagaimana tercermin dari hasil ini.

## **BAB V**

### **IMPLIKASI SOSIAL DAN KULTURAL**

#### **5.1 Persepsi Masyarakat Muslim terhadap Pariwisata Islam**

Hasil menunjukkan bahwa masyarakat Muslim di Kota Sabang secara umum memiliki persepsi yang positif terhadap pariwisata Islam. Persepsi ini dibentuk oleh pengalaman langsung mereka dalam menyaksikan dan berinteraksi dengan program pemerintah yang diposisikan sesuai dengan nilai-nilai keislaman. Masyarakat melihat pariwisata Islam bukan hanya sebagai aktivitas ekonomi, tetapi juga sebagai ekspresi identitas religius. Dalam konteks ini, penerimaan masyarakat tidak bersifat pasif, melainkan disertai dengan evaluasi terhadap kesesuaian nilai dan konsistensi pelaksanaan. Oleh karena itu, persepsi yang terbentuk adalah hasil dari dialog antara nilai budaya lokal dan intervensi kebijakan dari pemerintah.

#### **5.2 Nilai-Nilai Lokal dan Praktik Wisata**

Pariwisata Islam di Sabang menghadirkan tantangan sekaligus peluang untuk mengintegrasikan nilai-nilai lokal ke dalam praktik wisata. Tradisi masyarakat Aceh yang

menjunjung tinggi adab, kesantunan, dan kesederhanaan dapat menjadi basis etik dalam menyambut wisatawan. Praktik wisata seperti penyediaan makanan halal, fasilitas ibadah, dan pembatasan aktivitas hiburan non-syar'i mencerminkan upaya pelestarian nilai lokal. Nilai tersebut menjadi acuan bagi masyarakat dalam menerima kebijakan baru, termasuk penataan ruang publik dan program pelatihan SDM pariwisata. Dengan demikian, keberhasilan pariwisata Islam sangat tergantung pada keterhubungan antara norma lokal dan sistem pengelolaan wisata.

### **5.3 Tantangan Integrasi Budaya dan Ekonomi**

Meskipun pariwisata Islam menawarkan manfaat ekonomi, masyarakat masih menyimpan kekhawatiran terkait dampaknya terhadap homogenitas budaya lokal. Kekhawatiran ini mencakup potensi komersialisasi agama, ketimpangan sosial, serta penyimpangan nilai akibat masuknya wisatawan dari luar daerah. Ketika nilai pasar terlalu dominan, maka ada risiko bahwa nilai religius dan etika lokal tergeser oleh logika industri pariwisata. Oleh karena itu, pengembangan pariwisata Islam perlu didasarkan pada prinsip kehati-hatian yang menyeimbangkan nilai ekonomi dan sosial. Dengan

pendekatan berbasis komunitas, penguatan ekonomi tidak akan bertentangan dengan ketahanan budaya lokal.

#### **5.4 Strategi Adaptasi Sosial terhadap Wisata Halal**

Masyarakat Kota Sabang telah menunjukkan kapasitas adaptasi sosial yang kuat dalam menyikapi perkembangan wisata halal. Adaptasi ini tampak dalam bentuk perubahan sikap, penerimaan terhadap wisatawan, serta partisipasi dalam program pelatihan berbasis syariah. Pemerintah juga mulai menggandeng organisasi masyarakat, pesantren, dan tokoh adat untuk menjadi mitra dalam sosialisasi kebijakan wisata Islam. Strategi ini menciptakan ruang dialog yang mempertemukan aspirasi pemerintah dan keinginan masyarakat. Dengan pola adaptasi yang partisipatif, potensi konflik sosial dapat ditekan, sementara dukungan terhadap kebijakan akan meningkat secara alami.

#### **5.5 Peran Tokoh Agama dan Masyarakat Sipil**

Tokoh agama dan elemen masyarakat sipil memainkan peran penting sebagai mediator antara pemerintah dan masyarakat dalam kebijakan pariwisata Islam. Mereka berfungsi sebagai penyambung nilai antara

aspirasi umat dan narasi pembangunan yang dibawa pemerintah. Legitimasi sosial tokoh agama memberikan pengaruh besar terhadap penerimaan masyarakat terhadap kebijakan berbasis syariah. Oleh karena itu, melibatkan mereka secara aktif dalam proses perumusan dan implementasi kebijakan menjadi langkah strategis. Dengan pendekatan kolaboratif, kepercayaan masyarakat terhadap kebijakan publik dapat diperkuat secara berkelanjutan.

## **5.6 Ketegangan dan Koeksistensi Nilai**

Dalam praktiknya, pengembangan pariwisata Islam tetap menghadapi ketegangan antara nilai religius dan ekspektasi wisatawan global. Beberapa elemen masyarakat khawatir bahwa konsep “halal tourism” hanya menjadi simbol komersial yang melemahkan substansi ajaran Islam. Ketegangan ini dapat dikelola melalui pendekatan edukatif dan kebijakan berbasis nilai yang inklusif. Alih-alih menolak modernitas atau wisatawan asing, masyarakat lebih memilih model pariwisata yang memungkinkan koeksistensi nilai. Dengan demikian, pariwisata Islam di Sabang dapat menjadi contoh model wisata berkelanjutan berbasis etika lokal.

## **5.7 Peta Jalan Kolaborasi Multistakeholder**

Implikasi sosial dari hasil ini mengarah pada pentingnya kolaborasi lintas aktor dalam pembangunan pariwisata Islam. Pemerintah, masyarakat, tokoh agama, pelaku usaha, dan akademisi perlu berada dalam satu kerangka kerja bersama yang berbasis pada nilai-nilai keislaman dan keadilan sosial. Kolaborasi ini tidak hanya memperkuat daya saing pariwisata Islam, tetapi juga menjamin keselarasan antara pertumbuhan ekonomi dan ketahanan budaya. Peta jalan kolaboratif ini perlu diformalkan dalam kebijakan jangka panjang yang responsif terhadap perubahan sosial. Dengan cara ini, pariwisata Islam tidak hanya menjadi sektor strategis, tetapi juga sarana konsolidasi nilai dan kohesi sosial di tingkat lokal.

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **6.1 Kesimpulan**

Menganalisis bagaimana persepsi kepastian, emosi negatif, dan kepercayaan terhadap pemerintah memengaruhi dukungan masyarakat terhadap pariwisata Islam di Kota Sabang. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, ditemukan bahwa semua hipotesis dalam model konseptual terbukti secara empiris. Pertama, persepsi kepastian terbukti menurunkan tingkat emosi negatif, yang berarti bahwa masyarakat yang memahami dan yakin terhadap kejelasan kebijakan akan cenderung tidak merasa cemas, gelisah, atau marah. Kedua, emosi negatif berperan sebagai prediktor negatif terhadap dukungan masyarakat, yang artinya semakin besar emosi negatif yang muncul, semakin rendah dukungan terhadap kebijakan pariwisata Islam. Ketiga, kepercayaan terhadap pemerintah secara signifikan menurunkan emosi negatif dan meningkatkan dukungan terhadap kebijakan.

Temuan keempat menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap pemerintah menjadi variabel yang sangat penting

dalam membangun legitimasi kebijakan publik. Masyarakat Sabang menilai bahwa pemerintah bertindak adil, religius, dan serius dalam mengelola pariwisata Islam, sehingga mereka merasa aman dan bersedia mendukung program-program yang ada. Faktor ini menunjukkan pentingnya membangun komunikasi publik yang transparan dan melibatkan tokoh masyarakat agar kepercayaan sosial tetap tinggi. Kelima, emosi negatif terbukti memediasi secara parsial hubungan antara kepercayaan terhadap pemerintah dan dukungan masyarakat. Dengan kata lain, dukungan masyarakat dapat diperkuat tidak hanya melalui persepsi rasional, tetapi juga dengan mengelola aspek emosional masyarakat.

Secara teoritis, ini mendukung kerangka Cognitive Appraisal Theory (CAT) yang menjelaskan bahwa emosi merupakan hasil dari penilaian kognitif terhadap stimulus sosial. Dalam konteks ini, persepsi masyarakat terhadap kejelasan kebijakan dan aktor pelaksananya (pemerintah) menjadi penentu utama munculnya emosi negatif atau dukungan. Proses evaluatif ini bersifat kompleks dan dipengaruhi oleh nilai-nilai agama serta norma budaya lokal. Oleh karena itu, pengembangan pariwisata Islam di

wilayah religius seperti Aceh harus mempertimbangkan nilai kognitif-afektif masyarakat dalam merancang intervensi kebijakan. Pendekatan yang hanya menekankan aspek ekonomi atau infrastruktur tanpa memperhatikan dimensi sosial-emosional akan menghasilkan resistensi kebijakan di tingkat akar rumput.

Dari sisi empiris, temuan ini menunjukkan bahwa masyarakat Sabang memiliki kesadaran yang tinggi terhadap nilai-nilai Islam dan mendukung pengembangan pariwisata berbasis syariah selama kebijakan tersebut dijalankan dengan konsisten dan kredibel. Tingginya dukungan ini bukan hanya disebabkan oleh potensi ekonomi pariwisata, tetapi juga oleh persepsi bahwa kebijakan tersebut mencerminkan identitas kolektif masyarakat. Ini membuktikan bahwa keberhasilan kebijakan tidak hanya bergantung pada performa teknis, tetapi juga pada kemampuan pemerintah membangun hubungan emosional dengan masyarakat. Strategi komunikasi yang responsif, inklusif, dan berbasis nilai menjadi kunci keberhasilan kebijakan di masyarakat religius. Dengan demikian, emosi bukan sekadar dampak, tetapi juga instrumen dalam desain kebijakan publik.

Pengembangan teori dan praktik kebijakan pariwisata yang berbasis nilai. Secara teoritis, integrasi antara variabel persepsi (kepastian), afeksi (emosi negatif), dan institusional (kepercayaan) memberikan kerangka analitis baru yang lebih komprehensif. Di sisi praktis, model ini dapat menjadi alat bantu bagi pembuat kebijakan untuk merancang strategi pengelolaan pariwisata yang sesuai dengan karakteristik sosial budaya setempat. Dengan memahami proses psikologis masyarakat, kebijakan yang dirancang akan memiliki peluang lebih besar untuk diterima dan didukung. Oleh karena itu, model konseptual dalam studi ini dapat direplikasi dan diuji lebih lanjut di berbagai konteks daerah lainnya.

Dalam konteks implementasi kebijakan di daerah lain, hasil ini juga menjadi rujukan penting. Pemerintah di wilayah mayoritas Muslim dapat menggunakan pendekatan serupa untuk mengukur tingkat kesiapan sosial dan emosional masyarakat terhadap kebijakan pariwisata Islam. Dengan melakukan pemetaan terhadap persepsi, emosi, dan kepercayaan masyarakat, pemerintah dapat menyusun strategi promosi dan pelaksanaan kebijakan yang lebih kontekstual. Model ini juga berguna bagi para

akademisi dan praktisi yang tertarik mengembangkan pariwisata berbasis nilai, bukan sekadar berbasis pasar. Dengan demikian, hasil ini memberikan kontribusi lintas sektor dalam pengembangan pariwisata yang berkelanjutan dan diterima masyarakat.

Akhirnya, ini menekankan bahwa keberhasilan pariwisata Islam tidak hanya diukur dari pertumbuhan ekonomi atau jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga dari keterlibatan sosial dan penerimaan emosional masyarakat. Aspek emosi sering kali diabaikan dalam studi-studi kebijakan publik padahal memiliki peran penting dalam pembentukan sikap dan partisipasi sosial. Pemerintah, akademisi, dan pelaku industri pariwisata perlu menjadikan emosi masyarakat sebagai komponen strategis dalam proses perencanaan. Dengan memahami dan mengelola dinamika afektif ini, pengembangan pariwisata Islam dapat berjalan seimbang antara kepentingan ekonomi, budaya, dan spiritual. Hal ini menjadi pelajaran penting dalam membangun tata kelola pariwisata yang inklusif, adil, dan berkelanjutan.

## 6.2 Kontribusi, Batasan, dan Prospek

Pengembangan teori perilaku sosial dalam konteks kebijakan publik, khususnya pariwisata Islam. Dengan menggabungkan pendekatan kognitif, afektif, dan institusional, studi ini menyajikan model konseptual yang lebih komprehensif dibandingkan pendekatan konvensional yang hanya menyoroti aspek ekonomi atau teknis. Secara teoretis, ini memperkaya literatur tentang Cognitive Appraisal Theory dengan menambahkan dimensi kepercayaan institusional dalam menjelaskan sikap dukungan masyarakat. Temuan ini menunjukkan bahwa persepsi kepastian dan kepercayaan tidak hanya berfungsi sebagai prediktor kognitif, tetapi juga sebagai penentu emosi dan sikap sosial. Oleh karena itu, ini memberikan pijakan konseptual untuk studi-studi sejenis di bidang pariwisata, kebijakan publik, dan psikologi sosial.

Kontribusi praktis dari ini terletak pada kemampuannya memberikan rekomendasi berbasis bukti (evidence-based) bagi pembuat kebijakan. Pemerintah daerah dan pelaku industri pariwisata dapat menggunakan hasil ini untuk merancang strategi komunikasi dan partisipasi publik yang lebih sensitif terhadap aspek emosional masyarakat. Hal ini sangat penting dalam

konteks pembangunan pariwisata Islam, yang tidak hanya menyangkut infrastruktur fisik, tetapi juga nilai, simbol, dan norma sosial. Temuan ini dapat menjadi dasar dalam pengembangan kebijakan pariwisata yang berkelanjutan, inklusif, dan berbasis pada kearifan lokal. Dengan pendekatan yang holistik ini, intervensi pemerintah akan memiliki peluang keberhasilan yang lebih tinggi.

Selain itu, ini juga berkontribusi terhadap metodologi sosial dengan menggunakan pendekatan Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Teknik ini memungkinkan peneliti untuk menguji hubungan kausal antara variabel laten secara simultan dan dengan jumlah sampel yang moderat. Dengan penerapan SEM-PLS, ini berhasil mengukur efek langsung dan tidak langsung, serta menguji mediasi variabel emosi negatif dengan akurasi yang tinggi. Pendekatan ini dapat direplikasi dalam studi sosial lainnya, khususnya dalam konteks kebijakan yang melibatkan persepsi publik, nilai agama, dan emosi kolektif. Penggunaan metodologi ini menjadi nilai tambah yang memperkuat validitas dan kredibilitas temuan.

Namun, seperti semua studi ilmiah, ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diakui secara terbuka. Pertama, ini menggunakan desain potong lintang (cross-sectional), sehingga tidak dapat mengukur perubahan sikap dan emosi masyarakat secara longitudinal. Kedua, meskipun ukuran sampel telah memenuhi syarat analisis statistik, pendekatan purposive sampling membatasi generalisasi hasil ke populasi yang lebih luas. Ketiga, ini berfokus hanya pada persepsi masyarakat, tanpa menggali pandangan pemerintah atau pelaku wisata sebagai pihak pengambil kebijakan. Oleh karena itu, hasil yang diperoleh menggambarkan satu sisi dari dinamika kebijakan pariwisata Islam. Keterbatasan ini membuka ruang bagi lanjutan yang lebih mendalam dan holistik.

Dari sisi konseptual, meskipun model telah mengintegrasikan tiga dimensi utama (kognisi, afeksi, dan institusi), masih terdapat banyak faktor lain yang belum diakomodasi. Misalnya, peran nilai religiusitas pribadi, pengalaman negatif masa lalu terhadap pariwisata, atau pengaruh media sosial dalam membentuk opini publik. Faktor-faktor ini berpotensi memoderasi atau memediasi hubungan antara variabel dalam model. Oleh karena itu,

studi selanjutnya disarankan untuk memasukkan dimensi-dimensi baru yang dapat memperkaya model konseptual. Dengan demikian, hasil akan lebih mendalam dan mampu menangkap kompleksitas fenomena sosial secara lebih luas.

Prospek ke depan sangat terbuka, baik dalam hal perluasan wilayah studi maupun pengembangan model teoritis. serupa dapat dilakukan di daerah lain dengan karakteristik sosial dan religius yang berbeda untuk melihat apakah temuan ini dapat digeneralisasikan. Selain itu, pendekatan longitudinal dapat digunakan untuk menganalisis perubahan dukungan masyarakat seiring waktu dan respons mereka terhadap dinamika kebijakan. kualitatif juga bisa digunakan sebagai pelengkap untuk menggali makna subjektif dan narasi masyarakat terhadap pariwisata Islam. Kombinasi antara pendekatan kuantitatif dan kualitatif akan memperkaya pemahaman kita terhadap fenomena ini secara menyeluruh.

Akhirnya, ini membuka peluang untuk merancang model pengelolaan pariwisata yang tidak hanya berfokus pada efisiensi ekonomi, tetapi juga pada legitimasi sosial dan kohesi budaya. Pendekatan berbasis nilai dan emosi

masyarakat menjadi salah satu kunci keberhasilan implementasi kebijakan, terutama di daerah dengan sensitivitas religius yang tinggi. lanjutan dapat memperluas fokus ke sektor lain yang juga sensitif terhadap nilai, seperti pendidikan, kesehatan, dan pembangunan sosial. Dengan demikian, hasil dan model dalam studi ini dapat menjadi kontribusi strategis dalam membangun paradigma kebijakan publik yang lebih humanistik dan berbasis konteks. Keseluruhan temuan ini diharapkan dapat menjadi referensi ilmiah dan kebijakan yang bermanfaat bagi akademisi, praktisi, dan pembuat kebijakan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Algassim, M. A., Al-Aali, A. Y., & Almohammed, A. A. (2023). The role of religiosity and perceived threats on residents' attitudes toward tourism development in Saudi Arabia. *Journal of Islamic Marketing*, 14(1), 153–170. <https://doi.org/10.1108/JIMA-08-2021-0240>
- Gursoy, D., Chi, C. G. Q., & Dyer, P. (2010). Locals' attitudes toward mass and alternative tourism: The case of Sunshine Coast, Australia. *Journal of Travel Research*, 49(3), 381–394. <https://doi.org/10.1177/0047287509346853>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2019). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Hadinejad, A., Zarezadeh, M., Moyle, B. D., & Nunkoo, R. (2019). Residents' attitudes toward tourism: A meta-analysis. *Tourism Geographies*, 21(3), 1–29. <https://doi.org/10.1080/14616688.2018.1557829>

Jordan, E. J., & Prayag, G. (2022). Understanding emotions in tourism: Applying appraisal theory to study emotional experiences at cultural attractions. *Tourism Management*, 89, 104459. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104459>

Lazarus, R. S. (1991). *Emotion and adaptation*. Oxford University Press.

Nunkoo, R., & Gursoy, D. (2016). Rethinking the role of power and trust in tourism planning. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 25(4), 512-522. <https://doi.org/10.1080/19368623.2015.1019170>

Ouyang, Z., Gursoy, D., & Chen, J. S. (2017). Understanding the impacts of destination social responsibility and perceived value on behavioral intentions. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 33, 118-126. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2017.10.002>

Rahmawati, A., & Lubis, F. (2020). Persepsi masyarakat terhadap wisata halal di Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Islam Futura*, 20(2), 235-247. <https://doi.org/10.22373/jiif.v20i2.7512>

- Rodriguez, X. A., Martinez-Roget, F., & Gonzalez-Murias, P. (2018). Residents' attitudes and the sustainability of tourism development: The case of coastal tourism in Galicia, Spain. *Sustainability*, 10(7), 2550. <https://doi.org/10.3390/su10072550>
- Ruth, J. A., Brunel, F. F., & Otnes, C. C. (2002). Linking thoughts to feelings: Investigating cognitive appraisals and consumption emotions in a mixed-emotions context. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 30(1), 44-58. <https://doi.org/10.1177/03079450094309>
- Smith, C. A., & Ellsworth, P. C. (1985). Patterns of cognitive appraisal in emotion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 48(4), 813-838. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.48.4.813>
- Wong, I. A., & Lai, I. K. W. (2022). The impact of trust in government on residents' support for tourism development: Mediating role of emotional solidarity. *Tourism Management Perspectives*, 41, 100940. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100940>

Zheng, D., Luo, Q., & Ritchie, B. W. (2019). Afraid to travel after COVID-19? Self-protection, coping and resilience against pandemic 'travel fear'. *Tourism Management*, 83, 104261. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104261>

## PROFIL PENULIS



Munandar, SE., M.M, lahir di Kabupaten Bireuen, Aceh pada tanggal 23 Agustus 1985. Menyelesaikan kuliah dan mendapat gelar Sarjana Ekonomi pada 1 Agustus 2009. Penulis merupakan alumnus Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala Banda Aceh. Pada tahun 2010 mengikuti Program Magister Manajemen Universitas Syiah Kuala dan lulus pada 1 Mei tahun 2013. Tahun 2014 diangkat menjadi Dosen Universitas Malikussaleh Lhokseumawe dan ditempatkan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis pada program studi Manajemen. Penulis aktif mengajar mata kuliah dibidang pemasaran dan perilaku konsumen. Selain itu, Penulis juga aktif melakukan Pencarian terutama topik yang berkaitan dengan perilaku konsumen dan pemasaran, serta telah mempublikasi beberapa artikel di jurnal nasional dan internasional.



DINAMIKA DUKUNGAN MASYARAKAT TERHADAP

# PARIWISATA ISLAM:

EMOSI, KEPASTIAN, DAN KEPERCAYAAN PUBLIK

**B**uku ini mengkaji secara mendalam bagaimana dukungan masyarakat terhadap pariwisata Islam terbentuk melalui persepsi terhadap kepastian kebijakan, emosi negatif, dan kepercayaan terhadap pemerintah. Dengan studi kasus di Kota Sabang, Aceh, dan menggunakan pendekatan Structural Equation Modeling (SEM-PLS), buku ini menunjukkan bahwa persepsi yang jelas dan kepercayaan institusional dapat menekan emosi negatif dan mendorong dukungan publik terhadap pariwisata berbasis syariah.

**S**ecara teoritis, buku ini memperkaya studi kebijakan publik dan pariwisata dengan menggabungkan dimensi kognisi, afeksi, dan institusi. Secara praktis, temuan ini menjadi rekomendasi strategis bagi pemerintah agar lebih peka terhadap aspek psikososial masyarakat dalam merancang kebijakan pariwisata Islam. Buku ini sangat relevan bagi akademisi, pembuat kebijakan, mahasiswa, dan praktisi yang ingin memahami keterkaitan antara nilai agama, psikologi sosial, dan pembangunan yang kontekstual dan berkelanjutan.



Penerbit  
PT. Radja Intercontinental Publishing  
Jl. Cempaka Putih, Sp. Tiga Blang Rayeuk,  
Dsn. Angsana, Kota Lhokseumawe

[www.radjapublika.org](http://www.radjapublika.org)  
<https://radjapustaka.com>

ISBN 978-624-7495-02-0 (PDF)



9

786347

495020