



Peranan media sosial *Tripadvisor* dalam mempromosikan Tapak Warisan Dunia Melaka

Habibah Ahmad¹, Nur Farahin Zainuddin¹, Hamzah Jusoh¹, Amriah Buang¹, Er Ah Choy¹,
Sri Winarni Samsir¹, Hazita Azman¹, Mastura Mahmud¹

¹Pusat Pengajian Sosial, Pembangunan dan Persekitaran, Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, Universiti Kebangsaan Malaysia, ²Pejabat Kedekanan, Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, Universiti Kebangsaan Malaysia

Correspondence: Habibah Ahmad (email: ha@ukm.edu.my)

Abstrak

Kajian ini dilakukan bagi menganalisis peranan media sosial terutamanya pengguna TripAdvisor dalam memberikan komentar dan E-Wom, bagi tujuan mempromosikan Tapak Warisan Dunia Melaka. Berasaskan analisis kandungan ke atas 986 pengguna online, hasil kajian mendapati bahawa mereka telah menyumbang dalam mempromosikan aTapak Warisan Dunia Melaka dalam beberapa aspek. Para penulis online telah mempromosikan cirian warisan yang terdapat di sesebuah hotel dan juga pelancongan warisan secara menyeluruh. Di peringkat mikro iaitu di peringkat hotel, promosi terfokus kepada bangunan, landskap, makanan atau gastronomi dan bilik. Di peringkat makro – pelancongan warisan, tarikan utama yang berada dalam lokaliti hotel di mana mereka menginap diberikan promosi yang berkesan. E-wom daripada pengguna online bagaimanapun mempunyai hubungan korelasi dengan kualiti penginapan yang diingini oleh para penulis online. Kajian ini menyarankan agar komentar pengguna atas talian menjadi mekanisme yang kukuh dalam mempromosikan pelancongan warisan Melaka dan bandar warisan yang lain.

Katakunci: E-wom, media sosial, promosi, Tapak Warisan Dunia Melaka, tarikan warisan, *TripAdvisor*

The role of sosial media *Tripadvisor* in promoting the World Heritage Site of Malacca

Abstract

This study was undertaken to unpack the roles of social media, particularly the TripAdvisor users' roles in providing hotel quality performances and E-Woms to help promote the World Heritage Site of Malacca. Based on a content analysis of 986 online users, findings reveal that online users help to promote heritage tourism in several aspects. Their contributions help to promote hotels in featuring inhouse heritage characteristics and heritage tourism in Malacca at large. On a micro level that is at the hotel level, their promotions were centred to the buildings, landscape, food or gastronomy, services and rooms. On a wider perspective of heritage tourism, major attractions within the locality of the hotels were highly promoted. The E-woms from the online users however showed a correlation with the quality of hotel services that the online users seek for. This study suggests that online user reviews can become a strong mechanism in promoting the heritage tourism in Malacca as well as other heritage cities.

Keywords: E-wom (Electronic word-of-mouth), heritage attraction, promotion, sosial media, TripAdvisor, World Heritage Site

Pengenalan

Peranan media sosial dalam pelancongan semakin ketara dalam memajukan pelancongan antarabangsa (Cheung, 2012; Efthymiou et al., 2012; Jalilvand et al., 2011). Di peringkat antarabangsa, beberapa enjin dan laman sesawang pelancongan seperti TripAdvisor.com, Agoda.com, AsiaRooms.com, HotelClub.com, Booking.com, Expedia.com.my, Venere.com dan Hotels.com dikatakan mempunyai pengaruh dalam menggalakkan sektor pelancongan. Ini kerana, laman pelancongan bukan sahaja mempromosikan destinasi tetapi turut sama membantu pelancong dalam menguruskan percutian mereka supaya lebih mudah, teratur dan mendapat kepuasan daripada percutian mereka.

Di Malaysia, TripAdvisor juga memainkan peranan dalam memperkenalkan Malaysia di mata dunia. Terdapat pelbagai hotel dan restoran yang menjadi pilihan dan menepati citarasa dan kehendak pelancong. Di samping menawarkan perkhidmatan promosi, TripAdvisor juga menjadi panduan kepada para pelancong yang ingin mengenali Malaysia dengan lebih mendalam, termasuk panduan sebelum memulakan aktiviti pelancongan di negara ini. Hampir kesemua destinasi di negara ini mendapat liputan dalam TripAdvisor, termasuk negeri Melaka.

Negeri Melaka telah diisytiharkan oleh UNESCO sebagai Tapak Warisan Dunia selain dari Georgetown, Pulau Pinang pada tanggal 7 Julai 2008. Negeri Melaka sememangnya dikenali sebagai salah sebuah destinasi pelancongan yang terunggul di Malaysia dengan keunikan warisan budayanya yang tersendiri, tempat-tempat bersejarah untuk dilawati dan pelbagai juadah makanan yang begitu enak dan unik (Portal Rasmi Majlis Bandaraya Melaka Bersejarah 2012: <http://www.mbmb.gov.my/web/guest/warisan-3>). Pelancongan warisan merupakan komponen utama industri pelancongan negeri Melaka dan ia adalah tarikan utama pelancong. Kedudukan industri pelancongan yang semakin meningkat kepentingannya telah menjadikannya sebagai salah satu penyumbang utama kepada perkembangan ekonomi negeri Melaka selaras dengan moto "Melawat Melaka Bersejarah Bererti Melawat Malaysia".

Keunikan Melaka sebagai destinasi pelancongan warisan dilengkapi lagi dengan pelbagai penawaran perkhidmatan terutama dari segi penginapan. Oleh yang demikian, bagi memastikan penawaran memenuhi kehendak pelancong, TripAdvisor merupakan antara medium terbaik untuk mengenalpasti tahap kepuasan pelancong yang dijadikan indikator utama dalam menentukan strategi pemasaran dan promosi bagi mensasarkan pasaran pelancong. Selain itu, peranan yang dimainkan oleh TripAdvisor dalam mempromosikan Tapak Warisan Dunia juga merupakan salah satu kaedah yang dapat meningkatkan pelancongan warisan di Negeri Melaka.

Dalam era dunia tanpa sempadan sekarang, *trend* menulis dan membaca *online reviews* semakin menular di serata dunia. Walau bagaimanapun, tidak banyak kajian yang dijalankan khusus kepada komen atau *word of mouth* daripada pengguna maya (*online users*) *travel review websites*. Komen daripada pengguna itulah yang bernilai bagi semua pihak dalam mengenalpasti aspek-aspek yang menjurus kepada pencirian warisan terhadap kawasan yang diktiraf sebagai Tapak Warisan Dunia. Oleh itu, tujuan kajian ini dijalankan adalah untuk mengenalpasti peranan sosial media dalam mempromosikan Tapak Warisan Dunia Melaka Melaka.

Media sosial dan pelancongan

Media sosial menjadi tumpuan pengguna yang pelbagai, baik masa kini dan masa hadapan Walle (1996), Menyatakan media sosial merupakan sumber yang semakin penting dalam meningkatkan industri pelancongan. Menurutnya lagi, pengkaji pemasaran perlu mempertimbangkan peluang yang sedia ada dan mengintegrasikan peluang tersebut ke dalam strategi dalam meningkatkan mutu kualiti perusahaan mereka. Manakala menurut Bizirgianni dan Dionysopoulou (2013: 652) media sosial telah mempengaruhi gelagat pelancong dalam pencarian maklumat dan pembelian perkhidmatan seperti berikut:

“The development of Social Media (SM) and Information & Communication Technologies (ICTs) has conveyed important changes in the behavioural models of tourists as well as in the way users search, assess, produce, purchase and consume information, products and services.”

Hensens et al. (2010) pula menjelaskan bahawa media sosial dan *conventional hotel-rating system* adalah dua perkara berbeza tetapi terdapat juga persamaan dalam mendapatkan maklumbalas pelancong untuk membantu menawarkan perkhidmatan yang terbaik kepada pelancong. Media sosial merupakan sebuah rangkaian komuniti dalam talian yang mewujudkan interaksi perkongsian minat dan aktiviti bersama dalam kalangan pengguna internet, di mana rangkaian media sosial ini telah mengubah corak perjalanan pelancong ke destinasi. Ciri-ciri asas media sosial adalah menggalakkan perbincangan, maklum balas, mengundi, komen dan perkongsian maklumat dari semua pihak. Media sosial sangat membantu sektor dan pengusaha hotel untuk menawarkan perkhidmatan yang terbaik di samping mendapatkan maklumbalas yang positif atau negatif daripada pelancong (Öğüta & Cezara 2012). Menurut kajian Hennig-Thurau et al. (2004: 195), E-Wom didefinisikan sebagai:

“Any positive or negative statement made by potential, actual, or former customers about a product or company, which is made available to a multitude of people and institutions via the Internet. It can be exchanged via the Internet through a variety of means such as e-mail, instant messaging, homepages, Blogs, Listservs, forums, online communities, newsgroups, chat rooms, hate sites, review sites and social networking sites.”

TripAdvisor.com, menawarkan ruang kepada para pelancong untuk berkongsi pengalaman percutian mereka dengan pandangan berhubung pengalaman mereka sama ada dalam aspek positif atau negatif. Laman-laman inilah yang menyediakan medium utama bagi E-Wom melaksanakan peranannya. TripAdvisor adalah sebuah tapak perjalanan terbesar di dunia, membolehkan pelancong membuat perancangan dan seterusnya menikmati perjalanan. TripAdvisor meliputi komuniti perjalanan yang terbesar di dunia, dengan lebih 50 juta pelawat unik pada setiap bulan, dan lebih 60 juta pendapat dan ulasan. Tapak-tapak itu beroperasi di 30 buah negara di seluruh dunia, termasuk China di bawah daodao.com. TripAdvisor juga termasuk TripAdvisor bagi Bisnes, satu bahagian yang khusus yang menyediakan akses industri pelancongan kepada berjuta-juta pelawat TripAdvisor pada setiap bulan.

Menurut Gretzel et al. (2007) pengguna TripAdvisor secara khususnya merujuk kepada pembaca ulasan pengembara lain adalah kumpulan yang akan menggerakkan sektor pelancongan. Ini kerana melalui TripAdvisor, mereka dapat merancang keseronokan perjalanan, merancang percutian, dan lebih jelas menikmati perancangan dan percutian mereka. Bagi sektor perhotelan, ia membantu melariskan serta bertindak untuk mempromosi perkhidmatan hotel. Namun begitu, masih terdapat beberapa kekurangan yang boleh dibuat penambahbaikan di mana mencadangkan agar pemberi ulasan memberikan maklumat konteks seperti maklumat mengenai pengulas dan bajet perjalanan. Ini kerana ia dapat membantu pengusaha untuk menambahbaik sistem secara tidak langsung dan akan membantu untuk melariskan perkhidmatan yang ditawarkan.

Tapak Warisan Dunia bermaksud sesuatu yang mengandungi nilai sejarah yang tinggi, yang diwarisi daripada generasi terdahulu. Ini meliputi aset hutan, gunung, tasik, padang pasir, monumen, bangunan, kompleks dan Bandar. Pemilihan Tapak Warisan Dunia tertakluk di bawah Program Warisan Dunia Antarabangsa (UNESCO). Program ini ditadbir oleh Komiti Warisan Dunia UNESCO yang terdiri daripada 21 buah Negara. Apabila kerajaan Malaysia menghantar pencalonan ke atas Melaka Bandaraya Bersejarah dan Georgetown untuk dinilai oleh Komiti Warisan Dunia UNESCO, kesemua 21 buah Negara yang terlibat telah bersetuju mengiktiraf kedua-dua bandaraya ini sebagai Bandaraya Warisan Dunia. Dalam konteks kajian ini, Tapak Warisan Dunia Melaka merupakan tapak pelancongan yang terkenal dengan nilai warisan Melaka dari zaman berzaman. Pengenalan Melaka sebagai Tapak Warisan Dunia yang diiktiraf oleh UNESCO telah mengangkat nama negeri ini sebagai destinasi pelancongan

warisan yang terkenal dengan sejarah silam dan berupaya menjadikan sektor pelancongan negeri ini sebagai sektor yang terpenting dalam meningkatkan sektor pelancongan negara.

Metodologi kajian

Kajian ini dijalankan ke atas 968 ulasan pengguna TripAdvisor Melaka. Kawasan kajian yang dipilih adalah Tapak Warisan Dunia Melaka yang kaya dengan sejarah warisannya tersendiri dan menjadi salah satu kawasan pelancongan yang mempunyai keunikan dan kelainan daripada kawasan pelancongan yang lain. Ulasan dan komen telah dimuat turun dan beberapa komentar daripada pengguna yang mempunyai pencirian warisan dinilai dan dikategorikan kepada dua bahagian iaitu: 1) Tarikan Warisan oleh Sektor Hotel dan 2) Tarikan Warisan daripada Sektor Pelancongan. Kajian tumpuan adalah terhadap 87 pengguna bagi Tarikan Warisan Sektor Hotel dan 368 pengguna bagi Tarikan Warisan Sektor Pelancongan. Tarikan Warisan daripada Sektor Hotel merangkumi komponen warisan seperti seni bina bangunan, rekabentuk dan hiasan dalaman, makanan yang bercirikan warisan, servis, pakej kendalian hotel dan fasiliti iaitu perpustakaan/bilik warisan dan mini muzium yang terdapat di antara 37 hotel yang terpilih. Manakala, Tarikan Warisan oleh Sektor Pelancongan merupakan promosi pengguna terhadap Tapak Warisan Dunia Melaka iaitu tempat-tempat tarikan dan bersejarah.

Proses data menggunakan SPSS

Dalam kajian ini, analisis Deskriptif & Frekuensi dilakukan bagi mendapatkan: i) Komen tarikan warisan daripada sektor hotel dan ii) Pengguna yang mempromosikan tempat bersejarah Melaka. Sementara analisis Crosstab digunakan untuk melihat dengan lebih terperinci persepsi atau pandangan mengenai komponen warisan melalui komentar pengguna: i) E-Wom Tarikan Warisan yang terdapat dalam sektor Hotel mengikut Negara asal dan taraf hotel dan ii) E-Wom Tarikan Warisan mengenai Sektor Pelancongan mengikut Negara asal dan taraf hotel. Seterusnya, Korelasi digunakan untuk melihat hubungan antara jumlah keseluruhan dengan maklumbalas E-Wom warisan berhubung kepuasan kualiti perkhidmatan hotel dan pengalaman berada di Tapak Warisan Dunia Melaka.

Dapatan kajian dan perbincangan

Penilaian kualiti perkhidmatan hotel

Dalam kajian ini, sebanyak 508 (52.5%) pengguna terdiri daripada lelaki, manakala 460 (47.5%) adalah pengguna perempuan. 606 pengguna (62.6%) iaitu majoriti daripada pengguna terdiri daripada pelancong antarabangsa. Manakala pelancong domestik mencatatkan sebanyak 362 pengguna (37.4). Rata-rata penulisan pengalaman dan pandangan adalah daripada pelancong antarabangsa. Pelancong domestik juga berminat berkongsi pengalaman mereka melalui laman web TripAdvisor.

Bagi komponen negara asal, pelancong Asia mendominasi penulisan di TripAdvisor iaitu sebanyak 803 pengguna (83.9%). Pelancong dari Amerika, Eropah, Afrika dan Australia masing-masing mencatatkan sebanyak 28 pengguna (2.9%), 50 pengguna (5.2%), 1 pengguna (0.1%) dan 86 pengguna (8.9%). Keputusan analisis ini juga menunjukkan berlaku peningkatan yang tinggi di antara jumlah pengguna TripAdvisor pada tahun 2012 berbanding tahun 2011 di mana tahun 2011 mencatatkan sebanyak 288 pengguna daripada 968 pengguna manakala peningkatan sebanyak 41.7% pengguna iaitu 494 orang pada tahun 2012. Manakala, bulan lawatan yang menjadi tumpuan para pelancong ke Melaka ialah bulan November dan Disember. Ini berkait langsung dengan cuti persekolahan yang panjang berbanding dengan tempoh lain (rujuk Jadual 1). Famili lebih cenderung memilih bulan November dan Disember sebagai tarikh percutian disebabkan oleh jangka masa cuti pada bulan November sehingga

Disember adalah lebih panjang iaitu selama enam minggu berbanding cuti dalam bulan-bulan lain. Begitu juga bagi pelancong antarabangsa.

Jadual 1. Latar belakang pengguna Tripadvisor

Komponen	Kategori	Bilangan	Peratus
Jantina	Lelaki	508	52.5
	Perempuan	460	47.5
	Jumlah	968	100.0
Kategori Pelancong	Antarabangsa	606	62.6
	Domestik	362	37.4
	Jumlah	968	100.0
Negara asal	Asia	803	82.9
	Amerika	28	2.9
	Eropah	50	5.2
	Afrika	1	0.1
	Australia	86	8.9
	Jumlah	968	100.0
Tahun Menginap	2011 (Januari-Disember)	288	29.8
	2012 (Januari-Disember)	494	51.0
	2013 (Januari-April)	186	19.2
	Jumlah	968	100.0
Bulan Lawatan	Disember	143	14.8
	November	98	10.1
Taraf Hotel	2 – 2.5 Bintang	16	1.7
	3 – 3.5 Bintang	332	34.3
	4 – 4.5 Bintang	561	58.0
	5 Bintang	59	6.1
	Jumlah	968	100.0

n = 968

Sumber: Analisis Data Kajian 2013 (Januari 2011 – April 2013).

Penilaian kualiti hotel mengikut sub-sektor

Terdapat enam subsektor yang telah dinilai oleh pengguna TripAdvisor, yang pertama adalah penilaian secara keseluruhan iaitu mengambil kira nilai keseluruhan terhadap hotel yang mereka kunjungi misalnya adakah hotel yang mereka kunjungi berbaloi dengan hargayang mereka bayar ataupun menepati citarasa mereka. Selain itu, pengguna juga mengambilkira keseluruhan aspek yang terdiri daripada lima sub-sektor lain iaitu lokasi, kualiti istirehat, ruang bilik, tahap kebersihan serta servis yang mereka perolehi adakah berbaloi dengan harga yang dibayar atau berbaloi untuk dijadikan hotel pilihan jika mereka membuat kunjungan semula ke Melaka.

Berasaskan komponen pertama dalam Jadual 2 iaitu nilai keseluruhan, sebanyak 361 pengguna (37.3%) pengguna memberikan penilaian 'Baik' sebagai penilaian yang tertinggi dan hanya 67 pengguna (6.9%) yang memberikan penilaian 'Sangat Tidak Baik' bagi aspek nilai keseluruhan. Sehubungan itu, pengguna bersetuju bahawa lokasi hotel di Tapak Warisan Dunia Melaka merupakan faktor yang dapat memberikan kepuasan melancong berdasarkan penilaian 'Sangat Baik' yang telah diberikan oleh sebanyak 407 pengguna maya (42%). Ini bermakna, penginap amat berpuas hati memilih hotel yang mempunyai lokasi yang ideal bagi melengkapkan percutian mereka. Lokasi yang berdekatan dengan tarikan pelancong merupakan aspek yang dapat meningkatkan tahap kepuasan penginap terhadap kualiti perkhidmatan hotel. Mereka beranggapan bahawa lokasi yang strategik mampu merealisasikan nikmat percutian.

Sementara itu, kualiti istirehat mencatatkan sebanyak 355 pengguna (36.7%) yang mengklasifikasikan tahap kepuasannya kepada 'Baik' manakala hanya 50 pengguna (5.2%) sahaja yang memberikan penilaian 'Sangat Tidak Baik' bagi hotel yang mereka kunjungi. Bagi komponen keempat iaitu ruang

bilik, tahap penilaian paling tinggi yang telah diberikan kepada kriteria ruang bilik hotel adalah ‘Baik’, diwakili oleh 353 pengguna (36.5%). Manakala, sebanyak 59 pengguna (6.1%) menganggap kriteria ruang bilik hotel sebagai ‘Sangat Tidak Baik’ kerana mereka tidak mendapat kepuasan yang maksimum.

Lebih sepertiga pengguna iaitu 331 pengguna (34.2%) memberikan tahap penilaian ‘Baik’ bagi kriteria kebersihan hotel. Mereka berpuas hati dengan tahap kebersihan di tempat penginapan mereka. 63 pengguna (6.5%) pula menilai sebagai ‘Sangat Tidak Baik’. Sebanyak 320 pengguna (33.1%) telah memberikan tahap penilaian yang tertinggi bagi kriteria servis dan fasiliti. Majoriti pengguna amat berpuas hati dengan memberikan tahap penilaian ‘Sangat Baik’ bagi kriteria tersebut. Manakala, 60 pengguna (6.2%) telah memberikan penilaian ‘Tidak Baik’ bagi menggambarkan ketidakpuasan hati terhadap servis dan fasiliti.

Jadual 2. Tahap penilaian kualiti perkhidmatan hotel

	Tahap penilaian	Bilangan	Peratus
1. Nilai Keseluruhan	Sangat Tidak Baik	67	6.9
	Tidak Baik	68	7.0
	Sederhana	219	22.6
	Baik	361	37.3
	Sangat Baik	253	26.1
	Total	968	100.0
2. Lokasi	Sangat Tidak Baik	21	2.2
	Tidak Baik	43	4.4
	Sederhana	162	16.7
	Baik	335	34.6
	Sangat Baik	407	42
	Jumlah	968	100
3. Kualiti Istirehat	Sangat Tidak Baik	50	5.2
	Tidak Baik	59	6.1
	Sederhana	208	21.5
	Baik	355	36.7
	Sangat Baik	296	30.6
	Jumlah	968	100
4. Bilik Hotel	Sangat Tidak Baik	59	6.1
	Tidak Baik	84	8.7
	Sederhana	205	21.2
	Baik	353	36.5
	Sangat Baik	267	27.6
	Jumlah	968	100
5. Tahap Kebersihan	Sangat Tidak Baik	63	6.5
	Tidak Baik	69	7.1
	Sederhana	193	19.9
	Baik	331	34.2
	Sangat Baik	312	32.2
	Jumlah	968	100
6. Servis	Sangat Tidak Baik	62	6.4
	Tidak Baik	60	6.2
	Sederhana	215	22.2
	Baik	311	32.1
	Sangat Baik	320	33.1
	Jumlah	968	100

Sumber: Analisis Data Kajian 2013 (Januari 2011 – April 2013).

Secara keseluruhannya, hasil keputusan menunjukkan komponen perkhidmatan hotel yang dapat memberikan kepuasan kepada pengguna TripAdvisor famili ialah komponen lokasi yang strategik.

Pengguna bersetuju bahawa lokasi hotel di Tapak Warisan Dunia Melaka merupakan komponen yang dapat memberikan kepuasan melancong berdasarkan penilaian ‘Sangat Baik’ yang telah diberikan oleh sebanyak 407 pengguna maya (42%). Ini bermakna, penginap amat berpuas hati memilih hotel yang mempunyai lokasi yang ideal bagi melengkapkan percutian mereka.

Jenis promosi Tapak Warisan Dunia Melaka berasaskan komponen warisan terpilih

Beberapa komentar daripada pengguna dinilai dan dikategorikan kepada dua bahagian iaitu: 1) Tarikan Warisan Sektor Hotel dan 2) Tarikan Warisan Sektor Pelancongan. Tarikan sektor hotel merangkumi komponen warisan di hotel seperti seni bina bangunan, rekabentuk dan hiasan dalaman, makanan, servis, pakej kendalian hotel dan fasiliti iaitu perpustakaan/bilik warisan dan mini muzium yang bercirikan warisan Melaka yang terdapat di 37 hotel terpilih. Tarikan warisan daripada sektor pelancongan pula merupakan promosi pengguna mengenai tempat-tempat tarikan dan bersejarah di Melaka. Berasaskan 968 ulasan pengguna Tripadvisor, sebanyak 87 pengguna memberikan komentar kepada tarikan warisan sektor hotel dan 368 pengguna lagi mengemukakan tarikan warisan sektor pelancongan.

Tarikan warisan dalam sektor hotel

Tarikan warisan sektor hotel merupakan tarikan warisan yang terdapat di hotel melalui beberapa komponen yang telah dikategorikan seperti dalam Jadual 3. Kesemua komponen warisan menonjolkan nilai warisan kepada pengunjung yang menginap di hotel Melaka dan diserlahkan melalui komen pengguna di TripAdvisor.

Dari segi komponen yang pertama iaitu seni bina bangunan, dapatan kajian dalam Jadual 3 menunjukkan The Majestic Malacca, Casa del Rio, Courtyard @ Heeren Boutique Hotel, Hotel Puri dan The Sterling lebih menonjol dari segi seni bina bangunannya yang bercirikan warisan berdasarkan bilangan komen penginap iaitu sebanyak 17 pengguna tentang seni bina bangunan hotel yang mereka kunjungi. Sementara itu, bagi komponen yang kedua iaitu rekabentuk/hiasan dalaman, hotel yang paling tinggi mendapat komen tentang warisan daripada pengguna adalah Courtyard @ Heeren Boutique Hotel (bilangan = 11, peratus = 12.6%) dan The Majestic Malacca (bilangan = 9, peratus = 10.3%). Pencirian warisan yang terdapat di hotel ini telah menarik perhatian pengunjung dan dengan secara tidak langsung mereka mempromosi warisan yang terdapat di hotel tersebut.

Jadual 3. Komen tarikan warisan daripada sektor hotel

Komponen Warisan	Hotel	Bilangan	Peratus
1. Senibina Bangunan	The Majestic Malacca	1	1.1%
	Casa del Rio	6	6.9%
	Courtyard @ Heeren Boutique Hotel	4	4.6%
	Hotel Puri	5	5.7%
	The Sterling	1	1.1%
	Jumlah	17	
2. Rekabentuk/Hiasan Dalaman	The Majestic Malacca	9	10.3%
	Casa del Rio	7	8.0%
	Jonker Boutique Hotel	4	4.6%
	Courtyard @ Heeren Boutique Hotel	11	12.6%
	Grand Continental Melaka	1	1.1%
	Hotel Puri	7	8.0%
	The Sterling	1	1.1%
	Kings Hotel	1	1.1%
	Heeren House	2	2.3%
	The Baba House	2	2.3%
	Jumlah	45	

Komponen Warisan	Hotel	Bilangan	Peratus
3. Makanan	The Majestic Malacca	3	3.4%
	Jonker Boutique Hotel	1	1.1%
	Courtyard @ Heeren Boutique Hotel	1	1.1%
	Hotel Equatorial Melaka	7	8.0%
	Holiday Inn Melaka	1	1.1%
	Mahkota Hotel Melaka	1	1.1%
	Naza Talyya Melaka	1	1.1%
	Jumlah	15	
4. Servis	The Majestic Malacca	1	1.1%
	Casa del Rio Melaka	2	2.3%
	Holiday Inn Melaka	1	1.1%
	Jumlah	4	4.6%
5. Pakej Kendalian Hotel	The Majestic Malacca	1	1.1%
	Jumlah	1	
6. Fasiliti	Hotel Puri	3	3.4%
	Jumlah	3	
7. Pelbagai	The Majestic Malacca	2	2.3%
	Jumlah	2	

n = 87

Sumber: Analisis Data Kajian 2013 (Januari 2011- April 2013).

Komponen ketiga merupakan makanan yang bercirikan warisan Melaka. Hotel-hotel seperti The Majestic Malacca, Jonker Boutique Hotel, Courtyard @ Heeren Boutique Hotel, Hotel Equatorial Melaka, Holiday Inn Melaka, Mahkota Hotel Melaka dan Naza Talyya Melaka menyajikan hidangan di restoran atau kafe yang mempunyai pencirian warisan Melaka dalam juadah yang disediakan. Komponen seterusnya adalah servis, di mana pengguna diberikan servis atau layanan bercirikan warisan Melaka. Sementara itu, pakej kendalian pihak hotel seperti menawarkan pakej *historical tour* diberikan secara percuma bagi menerokai warisan Melaka.

Tarikan warisan sektor pelancongan Melaka

Peranan pengguna TripAdvisor dalam mempromosikan nilai warisan bukan sahaja tertumpu kepada pengalaman berada di hotel yang mereka kunjungi tetapi juga promosi mereka juga menjangkau promosi Tapak Warisan Dunia, khususnya khususnya tempat bersejarah.

Daripada 368 pengguna yang memberikan komen tentang tarikan sektor pelancongan iaitu tempat-tempat tarikan atau tempat bersejarah, beberapa kawasan tarikan sejarah telah disenaraikan. Jadual 4 memaparkan senarai kawasan tarikan yang secara tidak langsung telah dipromosikan melalui E-Wom pengguna TripAdvisor.

Jadual 4 memaparkan kawasan yang menjadi perbualan dalam penulisan di TripAdvisor. Tempat paling banyak mendapat perhatian pelancong adalah Jonker Street, sebanyak 234 orang (63.6%) yang memberikan komen tentang lokasi mereka yang terletak berhampiran dengan Jonker Street. Seterusnya tempat membeli belah seperti Mahkota Parade, Pahlawan Mall dan Hatten Square di mana sebanyak 78 orang (21.2%) yang memberikan komen bagi lokasi membeli belah tersebut. Selain itu, kawasan-kawasan bersejarah seperti tapak A Famosa, Muzium-muzium, Dataran Pahlawan, Bangunan Stadhuys, Istana Kesultanan Melaka, Little India dan lain-lain, masing-masing dipromosikan melalui komentar mereka.

Jadual 4. Bilangan pengguna yang mempromosikan tempat bersejarah Melaka

Tempat Bersejarah	Bilangan	Peratus
Jonker Street	234	63.6%
Afamosa	21	5.7%
Sungai Melaka	51	13.9%
Menara Taming Sari	7	1.9%
Bangunan Stadhuys/Gereja Christ	34	9.2%
Little India	4	1.1%
Bukit St.Paul/Gereja St.Paul	34	9.2%
Heeren Street	5	1.4%
Kampung Morten	2	0.5%
Muzium (Maritim, Baba-Nyonya, Cheng Ho dll)	23	6.3%
Dataran Pahlawan	29	7.9%
Tempat Beli-belah (Mahkota Parade, Dataran Pahlawan Mall, Hatten Square)	78	21.2%
Istana Kesultanan Melaka	2	0.5%

n = 368

Sumber: Analisis Data Kajian 2013.

Promosi Tapak Warisan Dunia melalui e-wom pengguna Tripadvisor (Tarikan Sektor Hotel)

Komponen warisan daripada E-Wom pengguna telah dikategorikan kepada dua bahagian iaitu tarikan warisan daripada sektor hotel serta tarikan dalam sektor pelancongan.

Komponen warisan sektor hotel

Komponen warisan sektor hotel merangkumi seni bina bangunan, rekabentuk/hiasan dalaman, makanan, servis, pakej kendalian hotel dan fasiliti. Penulisan e-wom sektor hotel didapati menulis pencirian warisan Melaka yang terdapat di hotel pelayar TripAdvisor mengingati. Setiap komponen warisan dibincangkan menerusi komentar yang telah dibuat oleh pengguna

1. Seni bina bangunan

E-Wom tentang seni bina bangunan dapat dirujuk dalam Jadual 5. Berdasarkan dapatan ini, kebanyakannya menyerlahkan pengaruh tempatan Cina. Pengguna melabelkan bentuk bangunan hotel yang mereka kunjungi sebagai 'Chinese Mansion', 'Peranakan Mansion', 'Peranakan shophouses', 'Chinese shophouses', 'Peranakan House', 'Baba-Nyonya Home' dan 'Chinese Buiding'. Malah ada pengguna yang melabelkan bentuk bangunan hotel sebagai 'Colonial and Classic', 'Dutch Architecture' yang merupakan pengaruh Negara luar.atau barat.

Jadual 5. E-wom warisan seni bina bangunan

Komponen	Komentar
Seni Bina Bangunan	<ul style="list-style-type: none"> • Clever contemporary addition to a Chinese Mansion. – N15 • The hotel has a rustic look at the main entrance and It's like being in your own Peranakan Mansion. – N32 • We spent a great time in this typical old colonial style Villa – N51 • Love the architectural building and concept. – N90 • The hotel has an old world charm. The room is very spacious, the beds are plush and have thick mattress. Very colonial and classic. Melaka has been inscribed with the Unesco World Heritage Site and this hotel is situated right in it. There is a prohibition by the State Government of Melaka that there cannot be buildings higher than 5

- storeys within the Unesco World Heritage Site. As such visitors have excellent panoramic views from this hotel. – N95
- We literally stayed in a historical Chinese house that we don't get to come across from a westernized city. The owner and the designer of the hotel work hard to preserve the culture and the "overseas Chinese" heritage. – N211
 - There are many surprises within the hotel itself! Historical and regional artfex festoon around the hotel give the feel of almost staying in a museum. – N556
 - Very friendly staff and the building conveys a sense of how the rich used to live in Malacca in the old days. Swallows build their nests in an open room gives it a peaceful feeling. – N581
 - I love the hotel building.. it is all white with the touch of old dutch architecture touch... – N612

Sumber: Analisis Data Kajian 2013.

Komen-komen tersebut memperlihatkan bahawa pengguna peka terhadap senibina bangunan yang bercirikan warisan di hotel yang mereka kunjungi. Selain mendapat tahap kepuasan terhadap kualiti hotel, pengguna juga mendapat pengalaman berada di dalam hotel yang penuh dengan identiti sejarah Tapak Warisan Dunia Melaka. Hotel-hotel seperti The Majestic Malacca, Casa del Rio, Courtyard @ Heeren Boutique Hotel, Hotel Puri dan The Sterling lebih menonjolkan pencirian warisan melalui ulasan yang telah dibuat oleh pengguna TripAdvisor.

2. Rekabentuk/hiasan dalaman

Komponen kedua adalah rekabentuk atau hiasan dalaman hotel. Komponen ini diaplikasikan oleh beberapa hotel merupakan salah satu tarikan atau kelainan kepada pengunjung. Sebagai contoh The Baba House, Hotel Puri, dan Heeren House, walaupun merupakan sebuah hotel penginapan yang kecil, namun berjaya menarik kedatangan tetamu untuk menginap di hotel tersebut. Pelancong disediakan keindahan reka bentuk seni bina dan keunikan hiasan dalaman yang bercirikan Cina Peranakan. Perabot-perabot lama masih digunapakai menambah keunikan hotel tersebut. Komen pengguna tentang hiasan dalaman atau rekabentuk hotel adalah paling tinggi iaitu sebanyak 45 pengguna. Contoh E-Wom warisan tentang rekabentuk dan hiasan dalaman hotel ditunjukkan dalam Jadual 6.

Jadual 6. E-Wom Rekabentuk/Hiasan Dalaman Hotel

Komponen	Komentar
Hiasan/Rekabentuk Dalaman	
• The Majestic Malacca	• The rooms a spaciuos and elegantly furnished with a baba-nyonya feel to them. – N5
• Casa del Rio	• The old-world Colonial charm is an illusion, the results of smart interior design, nifty packaging and savvy graphic design. The lobby and dining rooms are the only 'authentic' parts of the hotel, residing in a restored 90-year old Peranakan mansion. – N7
• Jonker Boutique Hotel	
• Courtyard @ Heeren Boutique Hotel	
• Grand Continental Melaka	• The furnishings and decor were authentic and reminiscent of true Peranakan embellishments. – N8
• Hotel Puri	• We fell in love with the Portuguese-Melaka decor so carefully designed to blend these 2 elements of culture. – N62
• The Sterling	• The place was decorated very much ala Spanish style – N77
• Kings Hotel	• The hotel has an old world charm. The room is very spacious, the beds are plush and have thick mattress. Very colonial and classic. – N95
• Heeren House	• Tasteful architecture - A new hotel, appealing layout and European architecture blends it in very nicely with the colonial history and culture of Melaka. – N105
• The Baba House	

- Walking through the inner hall ways, one would feel like being in some sort of spa with Peranakan-inspired décor amid the tranquillity of the place. Much of the décor looks like it was restored from the original Peranakan residence it once was with the wooden furnishing and antiques. – N194
- It is quaint and quirky-full of interesting artefacts, pictures and a fascinating history room which gives a brief history of the hotel (originally a private home) and of Melaka. – N550
- The foyer is every bit Peranakan and just as impressive as Baba House in Singapore. – N554
- The Sterling is a place you want to be if you like being close to the cultural & heritage district of Malacca and dislike characterless chain hotels in tall concrete buildings. This one's got charm, character, ambience and service. Style - I like the white colonial facade with a modern twist. – N611
- And really nice authentic baba and nyonya decor at the reception and courtyard - making you feel like you have been transferred back in time. – N968

Sumber: Analisis Data Kajian 2013.

Dapatan data dalam Jadual 6 menunjukkan ulasan atau komentar mengenai rekabentuk atau hiasan dalaman yang menentengahkan nilai Tapak Warisan Dunia Melaka. Hiasan beberapa hotel di Melaka adalah berkonsep kontemporari iaitu campuran English, Cina Peranakan dan sedikit sentuhan Nusantara. Bagi pengaruh Peranakan, *'Baba-Nyonya décor'*, *'Baba-Nyonya touches'*, *'Peranakan embellishments'*, *'Chinese environment'*, *'Peranakan-inspired décor'*, *'Nyonya furniture'*, *'Peranakan architectures and style'* adalah antara penulisan pengguna mengenai hiasan dalaman ini. Menurut komentar pelancong, elemen tersebut boleh dilihat pada keaslian reka bentuk, peralatan dan perhiasan asalnya yang mempamerkan sejarah silam Peranakan Baba-Nyonya. Selain itu, pengaruh kolonial Eropah, Sepanyol dan Portugis seperti yang diulas oleh pengguna yang menginap di hotel tersebut. Antaranya ialah *'European architecture'*, *'Spanish design layout'*, *'Old style colonial'*, *'Colonial Melaka homes'*, *'Portuguese Melaka décor'*. Walau bagaimanapun, pihak hotel menerapkan unsur-unsur warisan dan mengekalkan ciri-ciri klasik, beberapa kemudahan moden seperti bilik mandi, pendingin hawa dan televisyen LCD bagi menambah keselesaan tetamu. Sebagai contoh komen daripada pengguna seperti, *'Combining both modern and Peranakan elements'*, *'Ambience of historical charm with modern luxuries'*, dan *'Furniture blends with old and new'*. Komentar tersebut menunjukkan bahawa hotel-hotel di Melaka berusaha untuk menerapkan unsur warisan dengan mengambilkira tahap kepuasan penginap dengan menyediakan kemudahan moden mengikut keselesaan pengunjung.

3. Makanan

Seperti yang diketahui, Melaka juga merupakan pemangkin kepada pembangunan dua budaya masakan yang kaya dan unik hasil dari campuran tradisi Melayu dengan Cina dan Eropah, yang dikenali sebagai Makanan Baba Nyonya dan Serani. Pelbagai jenis hidangan peranakan serta masakan Peranakan Baba dan Nyonya yang unik menggabungkan dua budaya Cina dan Melayu yang tidak banyak bezanya, cuma nama sajian Peranakan mencerminkan hidangan itu tersendiri dan eksotik di Malaysia. Hotel yang menyediakan hidangan atau sajian bertemakan warisan Melaka memberi peluang kepada pengunjung untuk menikmati masakan Baba dan Nyonya yang unik kerana resipinya menampilkan budaya campuran cita rasa kaum Cina dan Melayu.

Daripada komentar pengguna, mereka sangat teruja untuk mencuba masakan warisan Melaka khususnya masakan Peranakan yang merupakan pengalaman baru bagi merasai juadah yang mempunyai keunikan daripada juadah yang biasa mereka temui. Antara ulasan yang dilihat melambangkan masakan warisan yang disediakan oleh pihak hotel bagi menentengahkan nilai warisan Melaka kepada pengunjung hotel mereka ialah, *'Unique Nyonya twist of traditional savouries and cake'*, *'Peranakan food'*, *'Local Nyonya kueh'*, *'Peranakan cuisine'*, *'Melaka dishes'*, *'Authentic Malacca breakfast'*. Secara tidak

langsung, pengguna telah memperkenalkan kepada pelayar lain tentang masakan tradisi warisan Melaka yang dinikmati turun temurun oleh penduduk Melaka.

Promosi Tapak Warisan Dunia melalui e-wom pengguna Tripadvisor (Tarikan Sektor Pelancongan)

1. Tempat bersejarah dan tumpuan ruang

Pengenalan kepada tapak-tapak bersejarah Melaka dipromosikan melalui komen dan ulasan pengguna Tripadvisor secara langsung memperkenalkan Melaka sebagai Tapak Warisan Dunia. Bagi penulis e-wom, tempat-tempat ini dapat mengembangkan ilmu pengetahuan ketika bercuti bersama keluarga dan anak yang sedang belajar, hal ini dapat menyumbang kepada pengetahuan berkaitan sejarah Melaka.

Dari segi tumpuan ruang yang ditunjukkan dalam Foto 1, pengguna Tripadvisor turut mempromosikan tarikan atau tempat bersejarah di Tapak Warisan Dunia Melaka. Kawasan tumpuan adalah Jonker Street iaitu sebanyak 234 orang daripada 368 subjek kajian tumpuan yang mempromosikan Jonker Street dalam penulisan mereka di Tripadvisor Melaka. Selain itu, pusat membeli belah seperti Mahkota Parade Mall, Pahlawan Mega Mall serta Hatten Square turut mendapat perhatian pengguna iaitu sebanyak 78 orang yang berkongsi penulisan mereka mengenai tempat membeli belah di Melaka. Tapak-tapak bersejarah seperti Bangunan Stadhuys/Gereja Christ, Kota A Famosa, Bukit/Gereja St Paul juga masing-masing mencatatkan bilangan pengguna sebanyak 34 orang, 21 orang dan 34 orang. Tujuan sebenar pengguna Tripadvisor bukan sahaja untuk berkongsi pengalaman tentang lokasi menarik yang perlu pengguna lain tahu, tetapi sekaligus memperkenalkan Tapak Warisan Dunia Melaka yang mempunyai keunikan tersendiri dari sudut sejarah dan asal usul yang masih banyak pelancong perlu terokai.



Sumber: Analisis Data Kajian 2013.

Foto 1. Peta dan kawasan tarikan di Melaka

E-Wom tarikan warisan mengikut kategori pelancong

Dalam kajian ini, e-wom pengguna Tripadvisor juga diteliti mengikut kategori pelancong. Jadual 7 menghuraikan pandangan mereka mengikut kategori pelancong domestik dan antarabangsa. Didapati pelancong antarabangsa lebih berminat dalam memberikan komen tentang warisan bagi tarikan dalaman hotel.

Jadual 7. E-wom warisan sektor hotel mengikut kategori pelancong

Kategori Tarikan Warisan Sektor Hotel		Kategori pelancong		Jumlah
		Antarabangsa	Domestik	
Tiada Maklumbalas	Bilangan	540	341	881
	% di antara Kategori Tarikan Warisan Sektor Hotel	61.3%	38.7%	100.0%
Seni Bina Bangunan	Bilangan	13	4	17
	% di antara Kategori Tarikan Warisan Sektor Hotel	76.5%	23.5%	100.0%
Rekabentuk/Hiasan	Bilangan	35	10	45
	% di antara Kategori Tarikan Warisan Sektor Hotel	77.8%	22.2%	100.0%
Makanan	Bilangan	11	4	15
	% di antara Kategori Tarikan Warisan Sektor Hotel	73.3%	26.7%	100.0%
Servis	Bilangan	3	1	4
	% di antara Kategori Tarikan Warisan Sektor Hotel	75.0%	25.0%	100.0%
Pakej Historical Walk	Bilangan	0	1	1
	% di antara Kategori Tarikan Warisan Sektor Hotel	.0%	100.0%	100.0%
Fasiliti	Bilangan	3	0	3
	% di antara Kategori Tarikan Warisan Sektor Hotel	100.0%	.0%	100.0%
Pelbagai	Bilangan	1	1	2
	% di antara Kategori Tarikan Warisan Sektor Hotel	50.0%	50.0%	100.0%

Sumber: Analisis Data Kajian 2013.

Komponen warisan seperti seni bina bangunan, rekabentuk/hiasan dalaman, makanan, servis dan fasiliti yang dinyatakan telah didominasi oleh pelancong antarabangsa. Bagi komponen seni bina bangunan, sebanyak 13 orang pelancong antarabangsa (76.5%) yang memberikan ulasan terhadap seni bina bangunan hotel yang mereka kunjungi berbanding hanya 4 orang pelancong domestik (23.5%) yang memberikan komen. Sementara itu, bagi komponen rekabentuk/hiasan dalaman hotel, sebanyak 35 pelancong antarabangsa (77.8%) berminat memberikan komen mengatasi jumlah pelancong domestik iaitu sebanyak 10 orang (22.2%).

Komponen makanan juga mencatatkan komen yang tertinggi adalah daripada pelancong antarabangsa iaitu sebanyak 11 orang (73.3%) berbanding komen daripada 4 orang pelancong domestik (26.7%). Hal ini berikutan suasana hotel yang bercirikan warisan adalah suatu perkara yang baru bagi pelancong antarabangsa apabila melancong di Tapak Warisan Dunia Melaka.

E-wom tarikan warisan sektor pelancongan mengikut kategori pelancong

Dapatan kajian seperti dalam Jadual 8 menunjukkan perbezaan pandangan mengikut kategori pelancong. Lebih 50% pelancong memberikan komen tentang tarikan Tapak Warisan Dunia di Melaka adalah terdiri daripada pelancong antarabangsa dengan perbezaan bilangan pelancong adalah sebanyak 254 orang (69%) bagi kumpulan pelancong antarabangsa yang mengatasi jumlah pelancong domestik iaitu sebanyak 114 orang (31%). Pelancong antarabangsa lebih gemar berkongsi tentang sesuatu yang unik di mata mereka misalnya tempat-tempat bersejarah di Melaka. Keunikan warisan yang ada di Tapak Warisan Dunia Melaka ini mendorong pelancong antarabangsa berkongsi pengalaman mereka mengenai destinasi yang mereka lawati.

Jadual 8. E-wom tarikan sektor pelancongan mengikut kategori pelancong

Tarikan Sektor Pelancongan		Kategori Negara Asal		Jumlah
		Antarabangsa	Domestik	
Tiada Maklumbalas	Bilangan	352	248	600
Tempat Bersejarah	% di antara Tarikan Sektor Pelancongan	58.7%	41.3%	100.0%
	Bilangan	254	114	368
	% di antara Tarikan Pelancongan	69.0%	31.0%	100.0%

Sumber: Analisis Data Kajian 2013.

Hubungkait kualiti perkhidmatan hotel dengan e-wom komponen warisan

Berdasarkan keputusan sebelum ini iaitu penilaian keseluruhan kualiti perkhidmatan hotel berasaskan kepada lima skala likert, dapat dibuat kesimpulan bahawa, pengguna TripAdvisor memberikan penilaian yang positif iaitu pada skor penilaian 4 – Baik dan 5 – Sangat Baik. Manakala, bagi penilaian berdasarkan maklumbalas E-Wom warisan, di mana ia tertumpu kepada bilangan pengguna yang berkongsi pengalaman mereka tentang warisan Melaka samada diperolehi di dalam (sektor hotel) atau di luar hotel (sektor pelancongan).

Jadual 9. Korelasi penilaian keseluruhan dengan e-wom warisan

		Jumlah Penilaian	Tarikan Warisan Sektor Hotel	Tarikan Warisan Sektor Pelancongan
		Kualiti Keseluruhan		
Jumlah Penilaian	Pearson Correlation	1	.113**	.203**
Kualiti	Sig. (2-tailed)		.000	.000
Keseluruhan	N	968	968	968
Tarikan Warisan Sektor Hotel	Pearson Correlation	.113**	1	.080*
	Sig. (2-tailed)	.000		.013
	N	968	968	968
Tarikan Warisan Sektor Pelancongan	Pearson Correlation	.203**	.080*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.013	
	N	968	968	968

Sumber: Analisis Data Kajian 2013.

** . Korelasi adalah signifikan pada 0.01 (2-tailed).

* . Korelasi signifikan pada 0.05 (2-tailed).

Dalam bahagian ini, pengkaji ingin melihat sama ada terdapat hubungan antara jumlah keseluruhan dengan maklumbalas E-Wom warisan berhubung kepuasan kualiti perkhidmatan hotel dan pengalaman berada di Tapak Warisan Dunia Melaka dengan menggunakan kaedah korelasi. Hasil korelasi antara

jumlah keseluruhan nilai yang telah *dicompute* berdasarkan enam komponen perkhidmatan hotel dengan maklumbalas E-Wom warisan yang telah dikategorikan kepada tarikan warisan dalaman dan tarikan warisan luaran. Jadual 9 memaparkan hasil korelasi pembolehubah bersandar iaitu jumlah keseluruhan nilai dengan pembolehubah bebas iaitu maklumbalas daripada dua jenis komponen warisan iaitu tarikan sektor hotel dan tarikan sektor pelancongan.

Jadual 10. Hasil Keputusan Korelasi

Pembolehubah Bersandar	Pembolehubah Bebas	Keputusan
Jumlah Keseluruhan Penilaian Kualiti Perkhidmatan Hotel	• Tarikan Warisan Sektor Hotel	Sangat Lemah r = .113, p = 0.00
	• Tarikan Warisan Sektor Pelancongan	Sangat Lemah r = .203, p = 0.00

Sumber: Analisis Data Kajian 2013.

Berdasarkan Jadual 10, keputusan pekali korelasi $r = .113$ menunjukkan terdapat perhubungan antara variabel bersandar iaitu jumlah penilaian keseluruhan kualiti perkhidmatan hotel dan tarikan warisan oleh sektor hotel tetapi perhubungan berada pada sisi yang sangat lemah antara kedua-dua pembolehubah. Seterusnya, keputusan pekali korelasi $r = .203$ menunjukkan terdapat perhubungan antara jumlah penilaian keseluruhan kualiti perkhidmatan dan tarikan warisan oleh sektor pelancongan tetapi juga mempunyai perhubungan yang sangat lemah di antara kedua-dua pembolehubah. Keseluruhan keputusan menunjukkan bahawa tahap kepuasan pengguna bukan sahaja dapat diperolehi daripada kualiti perkhidmatan hotel yang disediakan, malah pengalaman yang mereka perolehi semasa melancong di Tapak Warisan Dunia Melaka juga turut diambilkira berdasarkan E-Wom warisan pengguna TripAdvisor. Secara umumnya, tahap kepuasan pengguna bukan sahaja dapat diperolehi daripada kualiti perkhidmatan hotel, tetapi juga daripada pengalaman melancong di Tapak Warisan Dunia Melaka, walaupun pada hubungan yang masih lemah. Hal ini menunjukkan walaupun terdapat hubungan yang lemah, namun kesedaran para pelancong terhadap kewujudan nilai warisan yang cuba dipromosikan sektor hotel mahupun sektor pelancongan berjaya disampaikan menerusi komen E-Wom pengguna TripAdvisor dan secara tidak langsung dipromosikan kepada pelayar lain.

Kesimpulan

Secara keseluruhannya, pengguna TripAdvisor Melaka mempunyai peranan dalam mengemukakan aspek kualiti perkhidmatan yang mereka terima dan dalam masa yang sama E-Wom merupakan penceritaan mengenai pengalaman berada di Tapak Warisan Dunia Melaka. Ini termasuk hiasan, makanan dan lain-lain komponen yang dialami oleh penginap di hotel itu sendiri. Sebagai kawasan yang diiktiraf oleh UNESCO, usaha memperkenalkan Tapak Warisan Dunia kepada pelancong terus dipergiatkan. Pengetahuan, iaitu mendapat pelbagai pengalaman dan kefahaman asas mengenai Tapak Warisan Dunia Melaka bagi pelancong antarabangsa mahupun domestik haruslah terus dilaksanakan dengan konsisten bagi mengekalkan warisan Melaka di mata dunia.

Secara umumnya, peranan yang dimainkan oleh pengguna TripAdvisor adalah sederhana tinggi. Hal ini dapat dijelaskan melalui bilangan pengguna yang memberikan komen tentang warisan yang terdapat di Melaka sepanjang kunjungan mereka ke Tapak Warisan Dunia Melaka. Berasaskan 968 pengguna, seramai 455 pengguna berkongsi pengalaman tentang nilai warisan melalui komen tentang tarikan warisan sektor hotel dan tarikan warisan sektor pelancongan. Sebanyak 87 pengguna memberikan komen tentang tarikan sektor hotel dan ini merangkumi aspek di hotel iaitu komponen warisan seperti seni bina bangunan, rekabentuk/hiasan dalaman, makanan, servis dan fasiliti. Komen rekabentuk atau hiasan dalaman hotel adalah tertinggi.

Sementara itu sebanyak 368 pengguna menyetujui komen tentang tempat bersejarah di Tapak Warisan Dunia Melaka yang dikongsi oleh pengguna di laman TripAdvisor Melaka. Kawasan tarikan yang popular adalah Jonker Street atau dipanggil juga sebagai 'Night Market' dengan mencatatkan bilangan pengguna sebanyak 234 pengguna yang memberikan komen tentang tempat tarikan tersebut.

Secara keseluruhannya, makalah ini menjelaskan bahawa usaha sektor hotel untuk menyetujui nilai warisan kepada pengguna berjaya disampaikan walaupun hanya segelintir pengguna yang menyedari akan kewujudan warisan ini. Pengguna TripAdvisor yang menyedari kewujudan nilai warisan ini sedikit sebanyak mempengaruhi pengguna lain untuk mendalami nilai warisan dan menyerlahkan Tapak Warisan Dunia Melaka

Rujukan

- Abdul Ghafar Ahmad, Nurwati Badarulzaman (2001) Aspek Ekonomi dalam Sektor Perhotelan Bercirikan Warisan Seni Bina di Malaysia. *Laporan Penyelidikan IRPA Jangka Pendek, Universiti Sains Malaysia, Pulau Pinang.*
- Bahagian Promosi Pelancongan Melaka (2012) *Data Kedatangan dan Perolehan Pelancong ke Melaka dan Malaysia (2000 – 2012), Data Bilangan Kedatangan Pelancong Ke Tempat Tarikan di Melaka (2012) & Data Bilangan Kedatangan Pelancong Hotel (2012).*
- Bizirgianni I, Dionysopoulou P (2013) The influence of tourist trends of youth tourism through social media (sm) & information and communication technologies (ICTs). *Procedia-Social and Behavioral Sciences* 73, 652-660.
- Chu SC, Kim Y (2011) Determinants of consumer engagement in electronic word-of-mouth (eWOM) in social networking sites. *International Journal of Advertising* 30(1), 47-75.
- Cheung CMK, Lee MKO (2012) What drives consumers to spread electronic word of mouth in online consumer-opinion platforms. *Decision Support Systems* 53(1), 218-225.
- Cheung CM, Thadani DR (2010) The effectiveness of electronic word-of-mouth communication: A literature analysis. *Proceedings of the 23rd Bled eConference eTrust: Implications for the Individual, Enterprises and Society.*
- Cheung CMK, Lee MKO (2008) Online consumer reviews: Does negative electronic word-of-mouth hurt more?. *Proceedings of the 14th Americas Conference on Information Systems (AMCIS-08)*, pp.1-4.
- Draf Rancangan Kawasan Khas: *Pelan Pengurusan Kawasan Pemeliharaan Bandaraya Melaka Bersejarah* (2007) Majlis Bandaraya Melaka Bersejarah.
- Draf Rancangan Struktur Negeri Melaka 2000-2020. Jabatan Perancangan Bandar dan Desa Negeri Melaka.
- Goh Chee Wei (1999) Pengelestarian bangunan lama: Satu tinjauan di sepanjang Jalan Tun Tan Cheng Lock, Bandar Melaka. Tesis Fakulti Sains Pembangunan. UKM Bangi.
- Gretzel U, Yoo KH, Purifoy M (2007) *Online travel review study: Role and impact of online travel reviews.* Texas A & M University. Department of Recreation, Park and Tourism Sciences. Laboratory for Intelligent Systems in Tourism. Available from: <http://www.tripadvisor.com/pdfs/OnlineTravelReviewReport.pdf>.
- Hensens W, Struwig M, Dayan O (2010) Guest-review criteria on tripadvisor compared to conventional hotel-rating systems to assess hotel quality. *Kertas Kerja Persidangan Eurochrie, Amsterdam*, 25-28 October.
- Hennig-Thurau T, Gwinner KP, Walsh G, Gremler DD (2004) Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: what motivates consumers to articulate themselves on the internet? *Journal of Interactive Marketing* 18(1), 38-52.
- Jabatan Perancangan Bandar dan Desa Negeri Melaka (2011) Bandar Warisan Dunia [Cited 19/02/2013]. Available from: <http://jpbdmelaka.gov.my/bandarwarisan.html>.

- Laman Rasmi Persidangan Warisan Dunia (2013) Melaka and George Town, Historic Cities of the Straits of Malacca [Cited 24/04/2013]. Available from: <http://whc.unesco.org/en/list/1223/>.
- Kohl GD (1984) *Chinese architecture in the Straits Settlements and Western Malaya: Temples, kongsis and house*. Heinemann Educational Books (Asia) Ltd., Kuala Lumpur.
- Öğüta H, Cezara A (2012) The factors affecting writing reviews in hotel websites. *Procedia-Social and Behavioral Sciences* 58, 980-986.
- Portal Rasmi Kementerian Komunikasi dan Multimedia Malaysia. Jabatan Warisan Negara: Akta (645) 2005, Akta Warisan Kebangsaan Dunia [Cited 17/09/2013]. Available from: http://www.kpkk.gov.my/index.php?option=com_content&view=article&id=290&Itemid=28&lang=bm.
- Portal Rasmi Majlis Bandaraya Melaka Bersejarah. Kronologi Pengiktirafan Melaka Sebagai Tapak Warisan Dunia [Cited 19/02/2012]. Available from: <http://www.mbmb.gov.my/web/guest/warisan-3>.
- Portal Rasmi Kerajaan Negeri Melaka (2010) Pelancongan di Melaka [Cited 15/01/2013]. Available from: <http://www.melaka.gov.my/index.php/bm/perniagaan-a-ekonomi/171-pelancongan-di-melaka.html>.
- Shuhana Shamsuddin, Ahmad Bashri Sulaiman, Rohayah Che Amat (2012) Urban landscape factors that influenced the character of George Town, Penang Unesco World Heritage Site. *Procedia-Social and Behavioral Sciences* 50, 238-253.
- Syed Zainol Abidin Idid (1995) *Pemeliharaan warisan rupa bandar: Panduan mengenali warisan rupa bandar berasaskan inventori bangunan warisan Malaysia*. Badan Warisan Malaysia, Kuala Lumpur.
- TripAdvisor (2013) About TripAdvisor [Cited 14/5/2013]. Available from: <http://www.tripadvisor.com/pages/about-us.html>.
- Tuominen P (2011) The influence of TripAdvisor Consumer-Generated Travel Reviews on Hotel Performance. Working Paper. University of Hertfordshire Business School.
- Walle AH (1996) Tourism and the internet: Opportunities for direct marketing. *Journal of Travel Research* 35, 72-77.
- World Heritage Convention official website (2013) [Cited 12/05/2013]. Available from: <http://www.unesco.org/new/en/>.