

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Komunikasi di era modern kini semakin mudah dengan adanya teknologi. Teknologi berperan penting dalam dunia komunikasi. Dengan adanya teknologi, dunia komunikasi semakin mudah dijangkau. Perkembangan teknologi pada dunia komunikasi kini terus berkembang dari masa ke masa. Berawal dari komunikasi tatap muka. Namun, dengan komunikasi tatap muka ruang lingkup yang terbatas membuat dunia komunikasi berkembang dan muncullah komunikasi digital. Pergerasian komunikasi analog ke komunikasi digital telah terjadi sejak tahun 1980 dan masih berlangsung hingga saat ini. Komunikasi digital adalah cara menyampaikan informasi dengan sistem elektrik komputer dan sistem bilangan biner. Contoh komunikasi digital adalah internet.

Teknologi internet hingga pada saat ini pun masih terus berevolusi sehingga teknologi internet terus mengalami pembaruan dan dengan teknologi internet komunikasi dapat dijangkau dengan mudah walaupun dengan jarak yang jauh. Sehingga internet dianggap telah melahirkan revolusi baru dalam dunia komputer dan dunia komunikasi. Perkembangan internet yang terus mengalami pembaruan tersebut membuat internet digunakan sebagai kebutuhan komunikasi dan informasi penduduk. Era digital ini, dalam memenuhi kebutuhan masyarakat akan berita, salah satu media sosial seperti instagram sekarang ini juga dimanfaatkan oleh berbagai media untuk menyebarkan berita, bisa dengan video

singkat atau mengunggah foto dan juga memberi caption(keterangan foto).

Perkembangan penggunaa Instagram pun selalu diiringi dengan *feedback* dari pihak Instagram berupa *updates* fitur yang semakin baik dari waktu ke waktu. Instagram sangat eksis dikalangan anak muda Indonesia, bukan hanya dimanfaatkan untuk menjalin pertemanan, mencari informasi atau berita, dan atau sekedar digunakan sebagai hiburan tapi instagram juga dijadikan referensi wisata bagi pengguna instagram yang ingin berlibur.

Jumlah pengguna aktif di instagram hingga November 2019 dalam Kompas.com yang ditulis oleh wahyunanda kusuma pertiwi, pengguna aktif bulanan instagram di indonesia dilaporkan telah mencapai 61.610.000. menurut laporan terbaru dari Napoleoncat, salah satu perusahaan analisis Sosial Media Marketing yang berbasis di Warsawa, Polandia. Artinya 22,6 persen, atau nyaris seperempat total penduduk indonesia adalah pengguna instagram. Penggunaan instagram dengan gender perempuan paling dominan di Indonesia tercatat jumlahnya mencapai 50,8 persen, unggul tipis dengan pengguna yang bergender pria yang mencapai 49,2 persen. Pengguna berusia 18-24 tahun menjadi kelompok usia pengguna paling besar di indonesia dengan persentase 37,3 persen atau sekitar 23 juta pengguna. Pengguna terbesar kedua berada di kelompok usia 25-34 dengan persentase 33,9 persen.

Temuan lain yang dilakukan oleh TNS, sebuah lembaga riset dari Inggris, mengenai studi "Pengguna Instagram di Indonesia":

1. Pengguna Instagram di Indonesia 63% adalah anak muda usia 18-24 tahun yang terdidik dan mapan.

2. 88% pengguna menggunakan filter dan 97% menggunakan fitur search untuk mencari informasi yang lebih spesifik.
3. 97% menuliskan komentar pada postingan dan menandai (*mention*) teman-teman mereka yang mendorong proses pencarian di Instagram.
4. 85% pengguna di Indonesia juga memposting di media sosial lainnya langsung dari Instagram (*cross posting*). 49% juga membeli produk dari penjual/jenama (*brand*) yang mereka ikuti (*follow*).
5. Masyarakat Indonesia menggunakan Instagram untuk mencari inspirasi, membagi pengalaman, dan mencari informasi dan tren terbaru.
6. Kategori konten yang paling banyak dibagikan di Instagram (berlaku untuk Instagram dan Facebook) antara lain: makanan yang dimakan, barang dibeli dan barang mau dijual, foto atau video dari keluarga dan peristiwa-peristiwa khusus, binatang peliharaan, alam terbuka dan tempat-tempat yang pernah dikunjungi, foto atau video dari perjalanan, kutipan atau meme dan Foto atau video yang ditemukan secara daring.

Seiring dengan berjalannya waktu, media-media sosial tersebut menjadi suatu kebutuhan masyarakat dan masyarakat saat ini tidak dapat lepas tanpa adanya media sosial. Menggunakan smartphone dan mengakses media sosial merupakan hal yang biasa di era digital ini. Bahkan disetiap kegiatan sehari-hari. Selain untuk komunikasi dan informasi, Masyarakat pun semakin memanfaatkan kegunaan teknologi smartphone untuk memenuhi kebutuhan

eksistensi diri di media sosial. Salah satu bentuk media sosial yang digunakan netizen untuk menyebarkan informasi pariwisata adalah Instagram.

Media sosial instagram tidak jauh beda dengan jejaring sosial lainnya seperti Facebook, Twitter ataupun Path, yang membedakannya adalah Instagram lebih berfokus pada foto dan video dalam isi penyapaiannya diikuti dengan pesan yang diberikan pada foto dan video yang diunggahnya. Hal inilah yang menarik banyak orang untuk menggunakan media sosial ini, karena mereka bisa membagi foto atau video yang ingin di tunjukan kepada orang lain dan juga bisa melihat foto dan video yang orang lain unggah. Semakin berkembangnya Instagram di masyarakat, beragam pula karakter masyarakat pengguna media sosial ini, selain pengguna biasa ada juga yang memanfaatkan nya sebagai media mengekspresikan diri ataupun sebagai media bisnis. Banyak juga akun-akun yang menawarkan hal yang baru untuk menarik pengguna lain.

Kepribadian seseorang bisa juga dilihat dari Instagram yang dimilikinya. Hal itu dilihat dari akun-akun seperti apa saja yang pengguna ikuti, jika seseorang mempunyai minat kearah fotografi mereka akan mengikuti akun-akun yang membahas atau mengunggah hal-hal yang berhubungan dengan fotografi. Begitu juga dengan seseorang yang memiliki minat berpetualang pastilah mereka akan mengikuti akun yang membahas tentang travelling. Dapat dikatakan bahwa media sosial saat ini memiliki kekuatan untuk mempengaruhi individu untuk melakukan suatu hal yang baru salah satu contohnya adalah menumbuhkan minat seseorang akan suatu hal.

Munculnya media sosial ini merupakan bagian dari konvergensi media di era digital yang dapat mengubah pola hidup dan persepsi masyarakat. Siap atau tidak, instansi media mainstream di era digital ini harus mampu untuk melakukan multitasking media dengan melakukan penyebaran berita di media sosial, salah satunya adalah Instagram. Masyarakat sekarang ini lebih banyak menggunakan media sosial daripada harus membaca koran atau menonton televisi karena dianggap lebih cepat, mudah, dan murah. Instagram merupakan salah satu media sosial yang populer di masyarakat modern. Hampir sebagian masyarakat memiliki akun Instagram. Dahulu, Instagram hanya digunakan untuk mengunggah foto pribadi dengan caption (keterangan foto) saja. Tapi, tidak di era digital sekarang ini. Instagram mulai memiliki peran dalam memenuhi kebutuhan masyarakat akan berita dan mendapatkan berbagai informasi termasuk mencari referensi wisata atau hiburan. Kemunculan Instagram menimbulkan efek bagi individu atau kelompok dalam kehidupan sosial, yaitu dalam gaya hidup berwisata. Kemudahan teknologi komunikasi yang mudah sekarang membuat mahasiswa mudah mengakses segala informasi dan teknologi komunikasi juga termasuk hal yang mudah ditemukan karena hampir semua orang dapat mengakses informasi melalui handphone.

Banyak orang yang ingin mengunjungi destinasi wisata dalam rangka mengisi akun media sosialnya. Bahkan sebagian dari mereka rela bepergian keluar negeri dan merogoh kocek dalam-dalam demi foto yang menarik di Instagram. Era sekarang ini sangat sulit di sangkal bahwa perjalanan wisata sangat dipengaruhi dengan media sosial. Tempat baru yang menarik dan menjadi tempat foto para

*influencer* akan ramai-ramai dikunjungi oleh warganet.

Peranan instagram cukup besar untuk pariwisata sendiri, banyak traveler sekarang ikut mulai berwisata setelah melihat foto di Instagram. Instagram menjadi platform efektif untuk menyebarkan informasi pariwisata. Saat ini pemerintah menerapkan promosi setiap objek wisata di Indonesia menggunakan media sosial. Maka dari itu setiap program dari pemerintah yang dicanangkan dari kementerian pariwisata maupun dari masyarakat dengan berbagai akun mengenai objek wisata yang akan diunggah melalui website dan sosial media menjadikan setiap wisatawan terbantu dalam menentukan tempat wisata yang mereka inginkan. Perkembangan teknologi di era sekarang begitu cepat mengakibatkan banyak sekali bermunculan berbagai media sosial. Teknologi pada saat ini menjadi salah satu pendukung untuk mempermudah kegiatan seseorang. Rasa ingin tahu yang tinggi dimiliki setiap orang, apalagi seperti negara berkembang saat ini. Dengan adanya media sosial setiap orang lebih mudah dalam berinteraksi dan berekspresi kapan pun dan dimana saja.

Media sosial sekarang ini merupakan salah satu sebagai alat dalam mempromosikan tempat dan barang yang sangat di gemari oleh masyarakat. Seperti dalam mempromosikan suatu tempat wisata yang ada di Indonesia. Indonesia salah satunya merupakan negara dengan keberagaman budaya dan tradisi yang semakin hari semakin dikenal wisatawan baik secara domestik maupun internasional. Pemerintah pun tidak berhenti dalam mempromosikan destinasi-destinasi wisata yang sedang berkembang di Indonesia. Seperti halnya dengan Pulau Komodo pemerintah Indonesia pernah menampilkan

keanekaragaman tempat wisata tersebut di billboard Times Square Kota New York yang bertemakan wonderful off Indonesia, ini menjadi salah satu bentuk promosi pemerintah seberapa pentingnya suatu destinasi wisata tersebut bagi penyuplai pendapatan Indonesia di sektor pariwisata. Indonesia sebagai negara berkembang yang memiliki banyak destinasi wisata menjadi salah satu kebanggaan tersendiri karena dari sektor pariwisata tersebut Indonesia dapat mendapatkan pendapatan perkapita yang dapat diperhitungkan dengan pengelolaan yang baik.

Pada akhir-akhir ini banyak sekali negara-negara di dunia yang ingin memajukan aspek pariwisata yang mereka miliki untuk dijadikan penunjang pendapatan negara. Indonesia yang dikenal sebagai negara kepulauan terbesar dan memiliki budaya serta tradisi terbanyak di dunia menjadikan Indonesia harus benar-benar mempertahankan dan menjaga hal tersebut. Pariwisata adalah salah satu subjek yang menjadi topik menarik di kalangan para pengguna internet. Ramainya topik ini diperbincangkan membuat banyak akun, baik blog, twitter, instagram dan facebook yang secara khusus membahas informasi mengenai pariwisata, baik itu akun resmi milik perusahaan tertentu, akun komunitas perjalanan, maupun akun pribadi.

Salah satu kegunaan instagram sebagai media komunikasi dan informasi yaitu sebagai media referensi. Media referensi menggunakan teknologi komunikasi seperti menggunakan internet dan media sosial lain sebenarnya banyak. Sebagai contoh, media penelusuran google, media sosial seperti facebook atau twitter, dan website-website wisata. Namun, referensi-referensi tersebut tidak

begitu mempengaruhi fenomena travelling masyarakat saat ini. Berbeda dengan sejak kemunculan Instagram foto-foto wisata menarik yang diunggah pengguna Instagram dapat mempengaruhi pengguna lainnya dan menimbulkan respon bagi para pengguna-pengguna Instagram yang lain. Selain memunculkan fenomena travelling, tempat-tempat wisata semakin terexplore sejak kehadiran Instagram.

Perubahan perilaku masyarakat terasa sejak kemunculan Instagram, banyak masyarakat yang mulai membanjiri wisata-wisata termasuk mengexplore keindahan-keindahan tempat yang di promosikan di instagram. Fenomena traveling semakin marak sejak adanya instagram, traveling dalam bahasa Indonesia adalah aktivitas meloncong , berpindah dalam satu tempat ke tempat lainnya dengan berbagai alasan, seperti liburan, bisnis, dan lainnya. Aktivitas traveling kebanyakan dianggap sebagai hobi ketimbang pekerjaan.

Zaman sekarang traveling sudah menjadi gaya hidup, bukan Cuma untuk alasan bisnis dan pekerjaan traveling juga sekarang dijadikan kebutuhan media sosial, mereka biasanya memposting semua kegiatan liburan mereka ke media sosial instagram untuk kepuasan sendiri, namun hal ini berdampak positif terhadap tempat wisata yang mereka kunjungi, biasanya followers instagram akan ikut tertarik melihat postingan dan instastory sehingga pengguna instagram yang lain berbondong-bondong mengunjungi tempat wisata tersebut, oleh sebab itu instagram dijadikan referensi wisata bagi para traveler atau wisatawan. Berwisata dalam kehidupan masyarakat termasuk kegiatan untuk melepas kejenuhan setelah menjalani rutinitasnya sehari-hari. Apalagi bagi mahasiswa, rutinitas kegiatan mahasiswa yang lebih sering disibukkan dengan tugas-tugas kuliah dan kegiatan



organisasi kemahasiswaan membuat mahasiswa jenuh. Wisata menjadi salah satu cara bagi mahasiswa untuk menghilangkan kejenuhan-kejenuhan yang dirasakan mahasiswa dan berwisata menjadi agenda bagi setiap mahasiswa ketika liburan diakhir semester.

Instagram saat ini memiliki dampak besar terhadap dunia wisata. Bahkan untuk mendapatkan sebuah foto yang menarik, para wisatawan kerap memposisikan diri dalam situasi yang penuh risiko. Fenomena ini akhirnya memacu sejumlah industri yang berfokus pada instagram untuk beradaptasi membaca peluang, misalnya jasa fotografer profesional untuk mengabadikan momen wisatawan saat liburan.

Diantara kelebihan Instagram yang membuat banyak orang lebih tertarik mempromosikan produk mereka melalui sosial media ini adalah Instagram memiliki jumlah pengguna yang tinggi yang menyebar di seluruh dunia. Selain itu, Instagram merupakan sosial media yang dikhususkan untuk memposting gambar, sehingga tampilan utama yang ditangkap oleh para konsumen adalah berupa gambar visual. Proses visualisasi dalam sosial media mampu menimbulkan sebuah persepsi bagi pengguna yang melihatnya dan akan menimbulkan sebuah citra baik dan buruk bergantung pada karakteristik gambar yang diterima. Pada Maret 2017, Instagram juga menambahkan fitur baru yaitu setiap pengguna dapat menyematkan alamat, email, serta nomor telepon sehingga pengguna lain dapat menghubungi dalam satu kali ketukan. Selain itu, fitur berupa hashtag dan explore menjadikan postingan-postingan di Instagram menjadi lebih mudah ditemukan

oleh pengguna lain atau tempat-tempat yang sedang ramai dikunjungi oleh para traveler.

Perkembangan pengguna Instagram yang pesat pun selalu diiringi dengan feedback dari pihak Instagram berupa updates fitur yang semakin baik dari waktu ke waktu. Dengan adanya media sosial online yang memiliki jangkauan luas seluruh dunia, masyarakat mulai mengubah cara promosi mereka dari yang bersifat konvensional menjadi bersifat modern yaitu mempromosikan menggunakan sosial media online berupa instagram. Salah satu kegiatan promosi yang sering dilakukan para pengguna Instagram saat ini yaitu promosi wisata. Promosi objek wisata yang dilakukan melalui media sosial tersebut adalah cara yang bersifat baru dan dapat mendorong perkembangan wisatawan.

Media sosial juga mampu memberikan dampak positif dalam media pemasaran objek wisata suatu daerah dilihat dari segi biaya, efektivitas serta kemudahan dalam menjalankan promosi melalui media ini sehingga menjadikan instagram semakin diminati banyak pihak dalam melakukan promosi sehingga instagram dijadikan para pengguna instagram sebagai referensi wisata karena banyaknya tempat wisata yang di promosikan di instagram, hal ini mempermudah para pengguna instagram mencari referensi wisata .

Melihat dari latar belakang yang telah di uraikan diatas, maka penulis tertarik untuk mengkaji “Peran media sosial instagram sebagai referensi wisata”

## **1.2 Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut, maka peneliti memformulasikan sebuah fokus penelitian sebagai berikut: “Bagaimana Peran

Instagram Dalam Referensi wisata” (Studi Deskriptif Kualitatif pada Pengguna Instagram di Bandung)

### **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan fokus penelitian tersebut, maka pertanyaan penelitian ini yang peneliti susun adalah:

1. Bagaimana peran foto Instagram dalam referensi wisata?
2. Bagaimana peran video instagram dalam referensi wisata?
3. Bagaimana peran komentar Instagram dalam referensi wisata?

### **1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian**

#### **1.4.1 Maksud Penelitian**

Maksud penelitian ini untuk menjawab fokus penelitian yaitu : “Untuk Mengetahui Peran Instagram Sebagai Referensi Wisata”

#### **1.4.2 Tujuan penelitian**

Tujuan penelitian ini untuk menjawab pertanyaan penelitian yaitu:

1. Mengetahui peran foto Instagram dalam referensi wisata.
2. Mengetahui peran video instagram dalam referensi wisata.
3. Mengetahui peran komentar Instagram dalam referensi wisata.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

#### **1.5.1 Manfaat Filosofis**

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat filosofis yaitu:

1. Mengembangkan potensi objek wisata melalui media sosial instagram
2. Mensosialisasikan objek wisata melalui media sosial Instagram
3. Melestarikan objek wisata melalui media sosial instagram

### **1.5.2 Manfaat Akademis**

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat akademis yaitu:

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat Akademis untuk mengembangkan disiplin ilmu komunikasi
2. untuk menambah wawasan komunikasi massa dalam perkembangan pola komunikasi mahasiswa melalui instagram

### **1.5.3 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat praktis yaitu:

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran untuk pengguna instagram sebagai referensi wisata.
2. Dapat bermanfaat bagi pemilik akun wisata sebagai referensi untuk mencari tempat wisata.
3. Dapat digunakan sebagai landasan untuk penelitian selanjutnya khususnya mengenai peran dan efek akibat adanya media sosial.