

BAB I

PENDAHULUAN

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Latar Belakang Masalah

Media massa termasuk ke dalam salah satu unsur komunikasi yang dipergunakan sebagai sarana memproduksi, mengolah dan mendistribusikan untuk menyampaikan informasi. Secara sederhana media komunikasi adalah sebuah perantara dalam menyampaikan sebuah informasi dari komunikator kepada komunikan yang bertujuan agar informasi dapat disebarkan secara efisien dan luas.

Informasi itu sendiri adalah penerangan, keterangan, pemberitahuan kabar atau berita. Informasi juga merupakan keterangan atau bahan nyata yang dapat dijadikan dasar kajian analisis atau kesimpulan (Melino, 1990). Informasi saat ini biasa didapatkan dari berbagai media massa, baik media elektronik, cetak, maupun media sosial yang mempermudah masyarakat untuk mendapatkan informasi .

Minat merupakan kekuatan pendorong yang menyebabkan seseorang menaruh perhatian pada orang lain atau pada objek lain. Minat merupakan salah satu sumber motivasi seseorang untuk melakukan kegiatan yang disukai (Kanuk, 2007) yang akan berdampak terhadap peningkatan pangsa pasar. Dengan adanya minat maka akan berpengaruh kepada keinginan yang diinginkan oleh khlayak.

Perkembangan teknologi adalah suatu hal yang tidak dapat di hindari karena dengan berkembangnya jaman maka teknologi juga akan berkembang. Perkembangan teknologi sendiri tidak lepas kebutuhan individu yang semakin meningkat karena adanya perkembangan jaman. Pada sekarang ini individu untuk mencari informasi dan mempromosikan produk lebih cenderung menggunakan media sosial karena dianggap

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



cepat dan lengkap dalam memuat suatu informasi serta dapat menyebarkan informasi secara lebih luas.

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Media sosial adalah media berbasis internet yang memungkinkan pengguna berkesempatan untuk berinteraksi dan mempresentasikan diri, baik secara seketika ataupun tertunda, dengan khalayak luas maupun tidak yang mendorong nilai dari *user generated content* dan persepsi interaksi dengan orang lain. (Caleb & Rebecca, 2015)

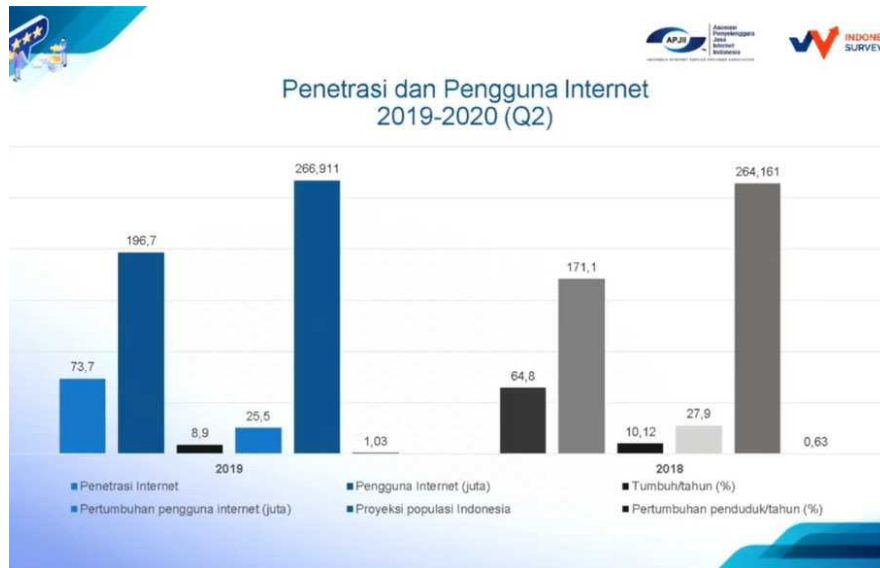
Jika dikaitkan dengan perkembangan teknologi media berkembang menjadi *new media* yang berguna untuk menjelaskan bagaimana kemunculan media massa yang bersifat digital, berjaringan dan terkomputerisasi yang merupakan efek dan perkembangan dari teknologi informasi dan komunikasi. *New media* merupakan media yang dapat meningkatkan interaksi sosial antara manusia contohnya, jika terhalang oleh jarak dengan orang lain kita dapat dengan mudah terhubung melalui beberapa jejaring sosial seperti *Instagram, Facebook, Tiktok, Youtube, Twitter* dan lain sebagainya.

New media atau dapat disebut media sosial memberikan banyak manfaat bagi masyarakat salah satunya yaitu, memberikan kesempatan untuk pelaku usaha dalam bidang jasa maupun bidang lainnya untuk dapat berinteraksi dengan konsumen lebih dekat, kesempatan tersebut dapat menjadikan media sebagai sarana untuk membentuk komunitas *online*.

Pengguna situs media sosial saat ini telah mengalami kemajuan yang pesat di seluruh belahan dunia, yakni salah satunya termasuk di Indonesia. Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, Jumlah pengguna internet di Indonesia hingga kuartal dua tahun 2020 naik menjadi 73,7 % dari populasi atau setara 196,7 juta



pengguna, hampir tembus 200 juta pengguna dari populasi RI yang 266,9 juta. (Badan Pusat Statistik [BPS], 2020).



Gambar 1.1 Penetrasi dan Penggunaan Internet 2019 -2020 (Q2)

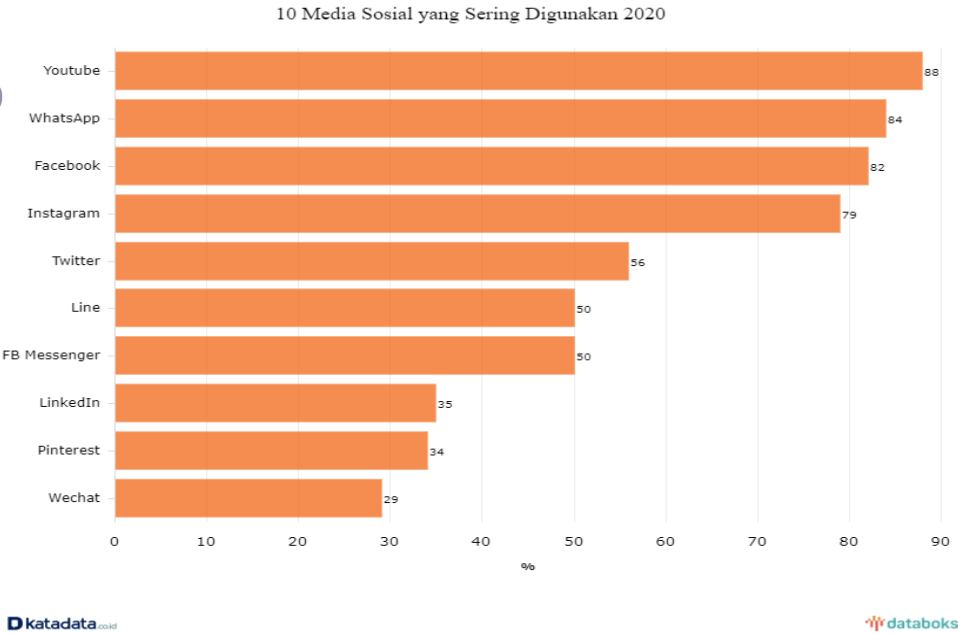
(Sumber : beritasatu.com)

Media sosial yang paling sering digunakan oleh masyarakat Indonesia yakni *YouTube, WhatsApp, Facebook, Instagram, Twitter, Line, FB Messenger, LinkedIn, Pinterest* dan *WeChat*. *YouTube* sendiri pada tahun 2020 sampai dengan 2021 awal jumlah rata-rata pengguna *YouTube* adalah sekitar 88 % pengguna dari total pengguna internet di Indonesia sebesar 196,7 juta pengguna disusul dengan 9 media sosial lain yaitu, *WhatsApp* 84 % pengguna, *Facebook* 82 % pengguna, *Instagram* 79 % pengguna, *Twitter* 56 % pengguna, *Line* 50 % pengguna, *FB Messenger* 50% pengguna, *LinkedIn* 35%, *Pinterest* 34% , dan *WeChat* 29% pengguna.

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Gambar 1.2

10 Media Sosial Yang Sering Digunakan Pada Tahun 2020

(Sumber : databoks.katadata.co.id)

Menurut data diatas yang penulis ambil, penggunaan media sosial *Instagram* di Indonesia masuk ke dalam peringkat empat dengan presentase grafik sebesar 79%.

Instagram sendiri merupakan salah satu aplikasi yang dimana memiliki fungsi untuk berbagi foto maupun video.

Kepopularitasannya *Instagram* di antara kaum remaja dapat mengalahkan *facebook*. Survei yang telah dilakukan oleh lembaga riset Piper Jaffray terhadap responden remaja di Amerika Serikat (AS) menunjukkan bahwa 33 % para remaja yang berusia 13 hingga 19 tahun cenderung lebih banyak mengakses *Instagram*, (Widartanto, 2015).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Penggunaan media sosial *Instagram* di Indonesia cukup signifikan karena dianggap mudah, hemat biaya dan juga efektif dalam memberikan informasi serta dalam melakukan promosi, penyebarannya cukup luas. Selain itu pengguna *Instagram* juga dapat memanfaatkan *Instagram* untuk mengekspresikan pengalaman melalui foto maupun video.

Sistem di *Instagram* itu sendiri adalah dengan menjadi pengikut (*followers*) *Instagram*. Dengan demikian komunikasi antar sesama pengguna *Instagram* sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan juga mengomentari foto-foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya.



Gambar 1.3
Logo Aplikasi Instagram

(Sumber : Pinterest)

Banyaknya masyarakat memilih *Instagram* sebagai media sosial yang digunakan untuk mencari informasi karena *Instagram* itu sendiri adalah salah satu media sosial yang memuat informasi yang cukup lengkap. Pada *Instagram* terdapat beberapa fitur yang memudahkan untuk mencari informasi. Fitur yang paling mencolok untuk mendapatkan informasi terbaru adalah dengan mengaktifkan

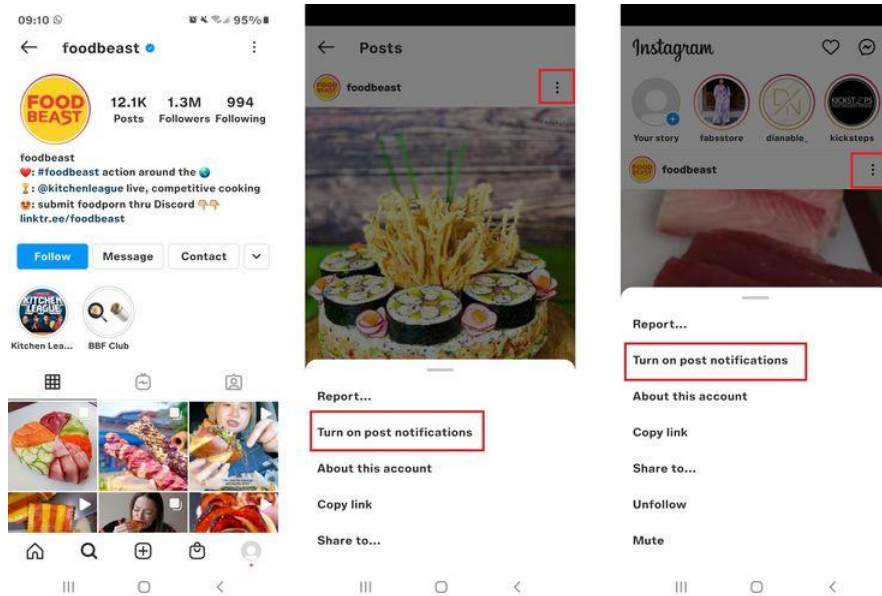
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



pemberitahuan postingan lewat fitur *turn on notification*, dengan fitur tersebut memudahkan pengguna untuk mengetahui informasi terbaru dari akun *Instagram*.



Gambar 1.4

Cara Mengaktifkan Pemberitahuan Postingan Lewat Fitur Turn On Notification

(Sumber : tekno.kompas.com)

Penggunaan *Instagram* pada saat ini sudah berubah, kegunaannya yang semula hanya untuk berbagi foto dan video kepada pengguna lainnya. Namun sekarang ini *Instagram* lebih banyak digunakan untuk mencari informasi ataupun berita. Adapun kegunaan lainnya yaitu yang pertama adalah digunakan untuk mengetahui tren yang sedang berkembang. Kedua, digunakan untuk bisnis atau perdagangan. Ketiga, digunakan untuk me-follow tokoh terkenal seperti, *public figure* dan *influencer*. Keempat digunakan untuk melihat berita atau informasi yang sedang terjadi disekitar. Kelima, digunakan untuk mengunggah foto atau video. Keenam, digunakan sebagai sarana komunikasi atau *chatting*.

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Penulisan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Penulisan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Undang-undang RI nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan, menjelaskan bahwa wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi, dalam jangka waktu tertentu. Sementara pariwisata merupakan berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, dan pemerintah.

Pariwisata termasuk kedalam salah satu kebutuhan manusia yaitu, kebutuhan sekunder adalah kebutuhan yang akan dipenuhi ketika kebutuhan primer telah tercapai. Pada dasarnya pariwisata sendiri adalah suatu hal yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia terutama menyangkut kegiatan sosial dan juga ekonomi.

Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Daya tarik wisata dibagi menjadi daya tarik wisata alam, daya tarik wisata buatan dan budaya (Kementerian Pariwisata, 2016). Menurut Suwanto (2004) daya tarik wisata yang juga disebut objek wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata.

Pariwisata merupakan hal yang penting bagi suatu negara karena merupakan salah satu penyumbang devisa negara yang cukup signifikan, bukan hanya bagi negara pariwisata juga merupakan hal penting bagi pemerintah daerah karena objek wisata akan menjadi pemasukan bagi daerah itu sendiri. Dengan adanya perkembangan pada sektor pariwisata maka akan mendongkrak sektor lain seperti, ekonomi kreatif dan juga peningkatan lapangan pekerjaan.

Perluasan pariwisata perlu ditingkatkan untuk mendapatkan peningkatan penerimaan devisa, memperluas lapangan kerja serta memperkenalkan kebudayaan kepada masyarakat



luas. Dalam melakukan pengembangan pariwisata dilakukan dengan tetap memperhatikan terpeliharanya kebudayaan dan kepribadian lokal.

Roda pergerakan pariwisata di Indonesia sangat besar, peran yang paling besar berasal dari wisatawan lokal atau *domestic tourist*. Jumlah penduduk Indonesia saat ini mencapai 271,349 juta (Kementrian Dalam Negeri, 2020) dan sebanyak 75,49 juta jiwa atau setara dengan 27,94% dari total seluruh penduduk di Indonesia merupakan generasi Z. (Badan Pusat Statistik, 2020) Generasi Z dianggap sebagai generasi yang sudah “melek” akan teknologi yang dimana teknologi selalu dihubungkan dengan internet dan media sosial. Siswa SMA adalah bagian dari generasi Z yang dimana rentang usia siswa SMA adalah 15-18 tahun. Yang termasuk ke dalam rentang usia generasi Z.

Pentingnya sektor wisata bagi pendapatan negara dan generasi Z sebagai konsumen wisata ataupun wisatawan yang potensial bagi pergerakan wisata di Indonesia, menuntut adanya peningkatan penyediaan informasi yang bersifat digital. Sebagai dampak dari perkembangan teknologi pada masa ini.

Banyaknya masyarakat yang memulai melakukan pemesanan *daring* untuk wisata dapat membuat industri pariwisata lebih berkembang dan lebih efisien dalam menjalankan bisnis maupun memajukan destinasi pariwisata. Kegunaan instagram dapat dimanfaatkan sebagai sarana untuk berkomunikasi, menginformasikan dan bernegosiasi.

Salah satu kabupaten di Indonesia memiliki potensi wisata adalah Kabupaten Bogor yang terletak di provinsi Jawa Barat. Dimana Kabupaten Bogor memiliki potensi yang sangat besar pada bidang pariwisata. Dengan luas wilayah 2.986 km², dan jumlah penduduk 6.088 juta jiwa (Sensus, 2020). Kabupaten Bogor memiliki beraneka ragam objek wisata seperti curug, bukit, penangkaran rusa, villa, beraneka ragam kesenian



tradisional dan kebudayaan, adat istiadat setempat yang dikemas menjadi komoditi pariwisata.

Wisata di Kabupaten Bogor menggunakan *Instagram* sebagai sarana informasi wisata dengan menambahkan *hashtag* atau tanda “#” di dalam captionnya. Penggunaan *hashtag* itu sendiri bertujuan untuk mempermudah dalam pencarian informasi yang berkaitan dengan konten yang terkait dengan *hashtag* yang digunakan. Ini dilakukan agar masyarakat dapat melihat wisata-wisata yang sejenis yang berada difoto, selain itu penggunaan tujuan penggunaan *hashtag* lainnya adalah mendapatkan *followers* atau pengikut baru pada akun *Instagram*.

Selain itu penulisan *caption* yang menarik dan informatif pada akun *Instagram* memudahkan kita untuk dapat menerima informasi yang disampaikan. Akun-akun *Instagram* wisata di Kabupaten Bogor memberikan informasi kepada *followers* dengan menyertakan informasi lokasi wisata pada caption.

Teori yang akan digunakan pada penelitian ini adalah teori *uses and gratification* atau Penggunaan dan Pemuasan (kepuasan) yang merupakan pengembangan dari teori atau model jarum hipodermik. *Uses and gratification* sendiri merupakan salah satu teori yang paling dikenal dalam bidang komunikasi massa. Pada dasarnya, teori ini menunjukkan bahwa permasalahan utamanya bukan pada bagaimana cara media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi lebih kepada bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak, sehingga sasarannya pada khalayak yang aktif yang memang menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus.

Khalayak dianggap secara aktif dengan sengaja menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan dan mempunyai tujuan. Studi dalam bidang memusatkan perhatian pada penggunaan (*uses*) isi media untuk mendapat kepuasan (*gratifications*) atas

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



pemenuhan kebutuhan seseorang dan dari situlah timbul istilah *uses gratifications*. Sebagian besar perilaku khalayak akan dijelaskan melalui berbagai kebutuhan dan kepentingan individu. Dengan demikian, kebutuhan individu merupakan titik awal kemunculan teori ini.

Use gratification menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak. Khalayak dianggap secara aktif dan sengaja menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya dan juga mempunyai tujuan.

Menurut Dennis Mc. Quail (2002) terdapat empat kategori motif pengonsumsi media. Pertama, motif informasi, apabila ingin mengetahui berbagai peristiwa yang berkaitan dengan lingkungan sekitar. Kedua, motif identitas Pribadi, apabila ingin menemukan penunjang nilai-nilai yang berkaitan dengan pribadi diri sendiri. Ketiga, motif integrasi dan interaksi sosial, apabila ingin memperoleh pengetahuan yang berkenaan dengan empati sosial. Keempat, motif hiburan, apabila ingin melepaskan diri dari permasalahan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat disimpulkan masalah sebagai berikut “ Apakah penggunaan *Instagram* wisata di Kabupaten Bogor berpengaruh terhadap minat wisata siswa SMA di Kecamatan Cibinong? “

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



C. Identifikasi Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas penulis mengidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Seberapa besar pengaruh penggunaan *Instagram* wisata di Kabupaten Bogor terhadap minat wisata siswa SMA di Kecamatan Cibinong ?
2. Seberapa besar nilai rata-rata seluruh dimensi yang terdapat pada penggunaan *Instagram* dan minat wisata siswa SMA di Kecamatan Cibinong?
3. Apakah penggunaan *Instagram* wisata Kabupaten Bogor dapat mempengaruhi minat wisata siswa SMA di Kecamatan Cibinong?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan *Instagram* terhadap minat wisata siswa SMA di Kecamatan Cibinong.
2. Mengetahui nilai rata-rata seluruh dimensi yang terdapat pada motif penggunaan *Instagram* dan minat wisata.
3. Mengetahui penggunaan *Instagram* wisata Kabupaten Bogor apakah dapat mempengaruhi minat wisata siswa SMA di Kecamatan Cibinong.



Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini bermanfaat untuk menjelaskan penerapan dari konsep dan teori komunikasi yang berkaitan dengan fenomena penggunaan *Instagram* sebagai sarana untuk penyebaran ataupun pencarian informasi serta dapat menjadi referensi tambahan bagi para mahasiswa ilmu komunikasi untuk memperkaya ilmu tentang media sosial sebagai media informasi.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini bermanfaat untuk industri pariwisata Kabupaten Bogor agar dapat mengembangkan informasi yang disampaikan melalui media sosial seperti, *Instagram* yang berupa konten informasi agar dapat lebih bermanfaat sebagai sarana penyebaran informasi agar dapat menarik minat wisata.

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.