

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara dengan modal sosial yang tinggi, namun dengan seiring perkembangan jaman dan tingginya arus globalisasi, terjadi sebuah perubahan yang di pelopori oleh generasi Y, atau disebut generasi *milenia*. Kehadiran internet telah mendorong para generasi milenial untuk menciptakan *disruption* dalam mempublikasi destinasi wisata secara *online*. beragam aplikasi diciptakan untuk memenuhi kebutuhan sosialisasi manusia. Milenial (juga dikenal sebagai generasi Y, Gen Y atau generasi langgas). Tidak ada batas waktu yang pasti untuk awal dan akhir dari kelompok ini. Para ahli dan peneliti biasanya menggunakan awal 1980-an sebagai awal kelahiran kelompok ini dan pertengahan tahun 1990-an hingga awal 2000-an sebagai akhir kelahiran Milenial.

Banyak hal positif yang dapat kita ambil dari generasi milenial yang lahir di era digital contohnya, dalam dunia kerja potensi atau keunggulan generasi milenial tidak dapat di pungkiri lagi dalam pemanfaatan teknologi modern serta media sosial dalam mengembangkan suatu produk serta pemasaran melalui online menciptakan lapangan kerja hanya dengan melalui *smartphone* atau *gadget*. Generasi milenial itu sendiri terbagi dalam beberapa bagian, yaitu anti milenial, *Nerd Milenial*, *Alay Milenial*, *Generasi milenial* dan *MassMilenial* (Ali, 2017).

Pembahasan tentang milenial yang merujuk pada generasi modern. Generasi milenial tersebut memiliki dimensi modal sosial sebagai "modal" dalam masyarakat. Dua dimensi modal sosial sebagai kerangka konseptual. Dimensi

pertama yang disebut dimensi kognitif, berkaitan dengan nilai-nilai sikap dan keyakinan yang mempengaruhi kepercayaan, solidaritas dan resiprositas yang mendorong kearah terciptanya kerja sama. Sedangkan dimensi kedua modal sosial adalah dimensi struktural yang berupa susunan, ruang lingkup organisasi lembaga masyarakat pada tingkat lokal, yang mewadahi dan mendorong terjadinya kegiatan-kegiatan kolektif. (Syahra , 2003). Modal sosial sebagai contoh dalam dimensi kognitif merupakan penghubung antara berbagai perbedaan. Dimensi kognitif secara tradisional terdapat keseimbangan antara modal sosial yang mengatur keharmonisan dan solidaritas. Sedangkan, modal sosial sebagai struktural meliputi kehidupan sosial yang mementingkan pola hubungan sosial secara kolektif.

Konsep modal sosial muncul dari pemikiran bahwa anggota masyarakat tidak mungkin dapat secara individu mengatasi berbagai masalah yang dihadapi. Oleh karena itu, untuk mencapai tujuan dibutuhkan sebuah kerjasama atau aksi kolektifitas. Prinsip dasar dari konsep modal sosial adalah bahwa hanya kelompok-kelompok masyarakat yang memiliki seperangkat nilai sosial dan budaya yang menghargai pentingnya kerja sama yang dapat maju berkembang dengan kekuatan sendiri.(syahra, 2003).

Interaksi dalam masyarakat merupakan hubungan yang dinamis yang terjadi antarindividu-individu dan kelompok. Pada saat ini interaksi sosial dapat terjalin dengan mudah karena pengaruh perkembangan teknologi komunikasi. Interaksi menggunakan media komunikasi dapat terjalin tanpa harus bertatap muka. Pengaruh media komunikasi bagi milenial membuat perubahan untuk membentuk modal sosial secara *online* agar terjadi sebuah keikatan yang kokoh dalam

membangun suatu masyarakat melalui media komunikasi atau disebut sebagai media sosial.

Modal sosial sangat diperlukan oleh masyarakat agar terjaga kelangsungan hidupnya dalam menghadapi gelombang yang deras dalam era teknologi informasi (Ancok, 2003). Perkembangan teknologi, generasi *milenial* berinovasi dan memberikan warna pada masyarakat terutama menghadapi dunia internet. Kehadiran internet telah mendorong para pengembang untuk melahirkan inovasi baru beragam aplikasi diciptakan untuk memenuhi kebutuhan sosialisasi manusia. Aplikasi-aplikasi jejaring *online* diciptakan dengan mereplikasi pola jejaring di kehidupan nyata hanya saja dalam cakupan yang lebih luas (Fahrimal, 2018). Oleh sebab itu berdasarkan permasalahan terkait persaingan yang ketat mengenai publikasi destinasi wisata ditengah perkembangan Teknologi informasi mendorong terjadinya perubahan perspektif sosial budaya pada generasi muda yang lebih populer sebagai para *milenial*. Aktivitas *milenial* tersebut menciptakan persaingan atau kompetisi sebagai bentuk proses sosial individu maupun kelompok untuk memperoleh kemenangan secara kompetitif. Akan tetapi muncul sebuah pertanyaan apakah jejaring sosial generasi milenial dalam media sosial di SMA Negeri 1 Tilamuat dapat membantu untuk mempublikasi destinasi wisata tersebut.

Aktivitas *milenial* tersebut menciptakan persaingan atau kompetisi sebagai bentuk proses sosial individu maupun kelompok untuk memperoleh kemenangan secara kompetitif. Akan tetapi muncul sebuah pertanyaan apakah jejaring sosial generasi milenial dalam media sosial di SMA Negeri 1 Tilamuat dapat membantu untuk mempublikasi destinasi wisata tersebut.

Generasi milenial di SMA Negeri 1 Tilamuta Kabupaten Boalemo yang terus memberikan informasi terbaru tentang destinasi wisata yang ada di kabupaten Boalemo. Aktivitas tersebut adalah bentuk kesadaran untuk membangun daerah agar lebih berkembang, serta menjalin relasi sosial yang kuat sebagai jalan untuk mempromosikan destinasi wisata. Misalnya, dengan aktivitas atau melalui swa foto dari beberapa *generasi milenial* SMA Negeri 1 Tilamuta yg berpose di beberapa tempat wisata dan di unggah di media sosial dengan akun *galery* Boalemo, Sehingga keindahan tersebut *viral* di media sosial dan tersebar sampai ke mancanegara. Kreativitas anak generasi milenial ikut berperan aktif dan ikut andil dalam pertarungan di media sosial, berbagai macam kreativitas viral telah menjadi perbincangan hangat akhir-akhir ini. Perbincangan itu, seputar video yang bernuansa alam, humor, motivasi sampai dengan tutorial, yang meramaikan kolom komentar. Kegiatan kreativitas dan menunjukkan eksistensi itu adalah bagian kelompok *generasi milenial* dalam mempromosikan wisata Boalemo. Kreativitas anak generasi milenial ikut berperan aktif di media sosial adalah para pelajar yang ada di SMA Negeri 1 Tilamuta, kabupaten Boalemo salah satunya adalah mereka membuat akun OSIS Smansatil dan putra putri Smansatil untuk mempublish kegiatan di SMA Negeri 1 Tilamuta dan informasi penting dari pihak sekolah. Selain kegiatan sekolah ada beberapa anak *generasi milenial* sebagai subjek atau agen promosi destinasi wisata.

Modal sosial agen generasi milenial adalah agen yang berfungsi sebagai promosi wisata dapat membantu Dinas pariwisata untuk memperkenalkan atau mempromosikan destinasi wisata. Oleh karena itu keuntungan para agen *generasi milenial* sebagai promosi wisata adalah mengeksplor keindahan Boalemo dari

setiap sudutnya sehingga Boalemo menjadi tujuan wisata dengan gaya *instagramable*. Karena setiap wisatawan yang datang mengabadikan momen melalui foto dan diunggah di media sosialnya, sehingga para *generasi milenial* terus berinovasi membuat sesuatu yang baru setiap harinya. melalui unggahan menarik tersebut banyak dari kalangan *generasi milenial* tertarik menggunakan jasa foto para agen.

Dunia kepariwisataan tentunya tidak dapat berkembang dan maju jika tidak dibarengi dengan kegiatan promosi, karena hanya melalui promosi maka calon wisatawan baik domestik maupun mancanegara akan dapat mengetahui dengan pasti dan lebih akurat tentang tujuan dan tempat yang dapat dikunjungi. Oleh karena itu, Penelitian ini berupaya untuk mengungkap tentang apa dan bagaimana promosi itu dan seberapa jauh peranya dalam upaya meningkatkan kunjungan wista dilihat dari modal sosial generasi milenial sebagai agen promosi di Kecamatan Tilamuta Kabupaten Bolemo Provinsi Gorontalo.

1.2 Rumusan Penelitian

Untuk memfokuskan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini maka dibutuhkan sebuah rumusan masalah yang dapat menjadi acuan dan pedoman dalam penelitian. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah "*Bagaimana modal sosial generasi milenial pada siswa SMA Negeri 1 Tilamuta Kabupaten Boalemo?*"

Berikut ini diuraikan pula sub-sub permasalahan di atas.

1. Bagaimana kehidupan sosial siswa SMA Negeri 1 Tilamuta ?
2. Bagaimana Objek Wisata sebagai arena sosial aktivitas *generasi milenial* SMA Negeri 1 Tilamuta ?

3. Bagaimana modal sosial sebagai sarana promosi destinasi wisata oleh siswa SMA Negeri 1 Tilmuta?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah memperoleh gambaran tentang modal sosial *generasi milenial* dalam mengeksplorasi destinasi wisata pada SMA Negeri 1 Tilmuta. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Menggambarkan kehidupan sosial siswa SMA Negeri 1 Tilmuta.
2. Menggambarkan Objek Wisata sebagai arena sosial aktivitas *generasi milenial* SMA Negeri 1 Tilmuta
3. Menggambarkan Objek Wisata sebagai arena sosial aktivitas *generasi milenial* SMA Negeri 1 Tilmuta

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Bagi Masyarakat

Manfaat yang dapat diperoleh bagi masyarakat adalah dapat memberi wawasan lebih luas mengenai generasi *Generasi milenial*.

1.4.2 Bagi Pemerintah

manfaat bagi pemerintah merupakan sumber rujukan dalam mengambil kebijakan mengenai permasalahan *generasi milenial* di bidang akademik ataupun masyarakat luas.

1.4.3 Bagi Akademisi

penelitian ini adalah gagasan baru yang harus dikembangkan untuk perkembangan ilmu pengetahuan di era milenial.