

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan informasi sangat pesat. Kemajuan teknologi merupakan masa yang tidak dapat dipungkiri dan terus berkembang seiring berjalannya waktu. Di era yang serba cepat dan canggih seperti sekarang, ketepatan waktu sangat berarti di kehidupan sehari-hari, dan perkembangan teknologi menawarkan efisiensi waktu tersebut untuk segala aktivitas manusia. Sekarang segala aktivitas manusia tidak terlepas dari teknologi, sebagian besar kegiatan manusia didukung oleh teknologi. Sebab teknologi membantu manusia untuk lebih cepat dan efisien dalam menyelesaikan pekerjaannya. Di era globalisasi dan perkembangan teknologi membawa perubahan dalam komunikasi, contohnya adalah dengan kemunculan internet (Mardianti et al., 2019).

Internet berperan penting dalam kebutuhan komunikasi dan informasi. Internet diciptakan dengan tujuan untuk membantu manusia dalam mencari dan mendapatkan informasi. Bisa dilihat pada saat ini, sangat mudah mendapatkan informasi terkini. Informasi tersebut dapat diakses menggunakan sebuah perangkat seperti komputer, *laptop*, ataupun *smartphone*. Dengan adanya kebutuhan-kebutuhan dari diri manusia, membuat manusia menjadi aktif dalam menggunakan internet. Manusia menjadi lebih produktif dalam mengkonsumsi internet. Internet memiliki banyak manfaat pada kehidupan manusia yang serba modern saat ini, salah satunya menjadi wadah bagi

manusia guna membagikan dan mendapatkan informasi secara langsung ataupun tidak langsung. Saat ini Internet seolah sudah menjadi kebutuhan bagi setiap manusia.

Kebutuhan yang dimaksudkan ialah kebutuhan manusia untuk memperoleh informasi. Pada zaman serba canggih seperti sekarang ini *antusiasme* manusia dalam mencari dan mendapat informasi yang beredar sangat tinggi. Ini dikarenakan kebutuhan perjalanan manusia akibat adanya kegiatan kehidupan sosial manusia, seperti kepuasan rohaniah dan adanya kebutuhan manusia akan kegiatan sosial (hubungan berkeluarga dan bermasyarakat), serta kebutuhan nonfisik (menambah wawasan, dan sebagai eksistensi diri) dan kegiatan lainnya. Pola konsumsi masyarakat Indonesia mulai beralih dari kebutuhan yang sifatnya primer atau barang tahan lama (*goods based-non leisure*) menjadi sekunder dalam hal ini berbasis pengalaman (*experience based-leisure activity*). Eksistensi di dunia maya memotivasi masyarakat untuk berkunjung ke berbagai lokasi tertentu. Mereka akan menceritakan pengalaman berkunjungnya kepada orang lain, sehingga menarik minat orang tersebut untuk berkunjung.

Menurut Shaleh (2004), minat adalah suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang. Jadi, minat merupakan kecenderungan atau arah keinginan terhadap sesuatu untuk memenuhi dorongan hati, minat merupakan dorongan dari dalam diri yang mempengaruhi gerak dan kehendak terhadap sesuatu, merupakan dorongan

kuat bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginannya. Minat memiliki unsur-unsur antara lain: perasaan, keingintahuan, perhatian, kesiapan bertindak, dan kecenderungan untuk terlibat.

Minat berkunjung seseorang saat ini dipengaruhi oleh sikap positif terhadap alternatif yang digunakan dalam mendapatkan atau mencari informasi lokasi yang ingin dikunjungi. Seseorang akan memiliki perasaan minat berkunjung ketika mendapatkan dorongan yang memotivasi untuk bertindak, dimana motivasi tersebut dipengaruhi oleh perasaan positif pada suatu produk dalam hal ini yaitu minat berkunjung pada suatu destinasi wisata.

Destinasi wisata sudah tidak asing lagi untuk didengar masyarakat. Di era revolusi industri 4.0 seperti sekarang ini, masyarakat membutuhkan informasi terbaru dan teraktual terkait destinasi wisata guna memenuhi keingintahuannya terhadap perubahan sosial. Ini dikarenakan kebutuhan perjalanan manusia akibat adanya kegiatan kehidupan sosial manusia, seperti tuntutan pemenuhan kebutuhan nonfisik (menambah wawasan, dan sebagai eksistensi diri) dan kegiatan lainnya. Sehingga terjadilah suatu tindakan untuk menemukan informasi seputar destinasi wisata. Dan kebutuhan informasi akan destinasi wisata dapat terpenuhi secara cepat hanya melalui media sosial.

Media sosial dapat didefinisikan sebagai kumpulan perangkat dengan media Internet yang memungkinkan seseorang untuk berkomunikasi, berkumpul, dan berinteraksi. Meratanya sistem layanan internet dan tingginya pengaruh smart phone membuat Indonesia menjadi salah satu negara yang

berpotensi bagi pengembang media sosial. wadah yang menunjukkan kemampuan media serta dilengkapi dengan dukungan perangkat digital disebut media sosial. Media sosial adalah konten berisi informasi, yang dibuat oleh orang yang memanfaatkan teknologi penerbitan, sangat mudah diakses dan dimaksud untuk memfasilitasi komunikasi, pengaruh dan interaksi dengan sesama dan khalayak umum, Thoyibie (2010) dalam (Rasyid et al., 2018)

Media sosial merupakan salah satu sarana utama para pengguna internet dalam memperoleh informasi. Tercatat lebih dari 3,5 miliar manusia di bumi bergabung ke media sosial, jumlahnya naik dari laporan yang sama dua tahun lalu, di mana total pengguna media sosial di dunia mencapai 3 miliar menurut laporan terbaru dari *We Are Social* dan *Hootsuite* bulan Juli 2019. Media sosial menggunakan (konsep orang banyak) untuk menghubungkan informasi secara kolaboratif. Dengan adanya media sosial tersebut tentunya memberikan manfaat yang begitu banyak bagi pengguna dalam hal berkomunikasi dan mencari informasi, media sosial yang sering digunakan saat ini yaitu instagram.

Instagram menggambarkan aplikasi media sosial yang berfungsi untuk memposting foto atau video yang dihasilkan dan dapat dengan mudah dibagikan kepada khalayak luas secara *online* melalui internet. Awalnya Instagram hanya digunakan untuk menaikkan eksistensi diri, namun beberapa netizen kini memanfaatkan Instagram untuk berbagai kepentingan pribadi sebagai sarana pemasaran dibidang bisnis, mencari dan berbagi informasi serta pengetahuan hanya melalui *gadget*. Media sosial khususnya *social networking*

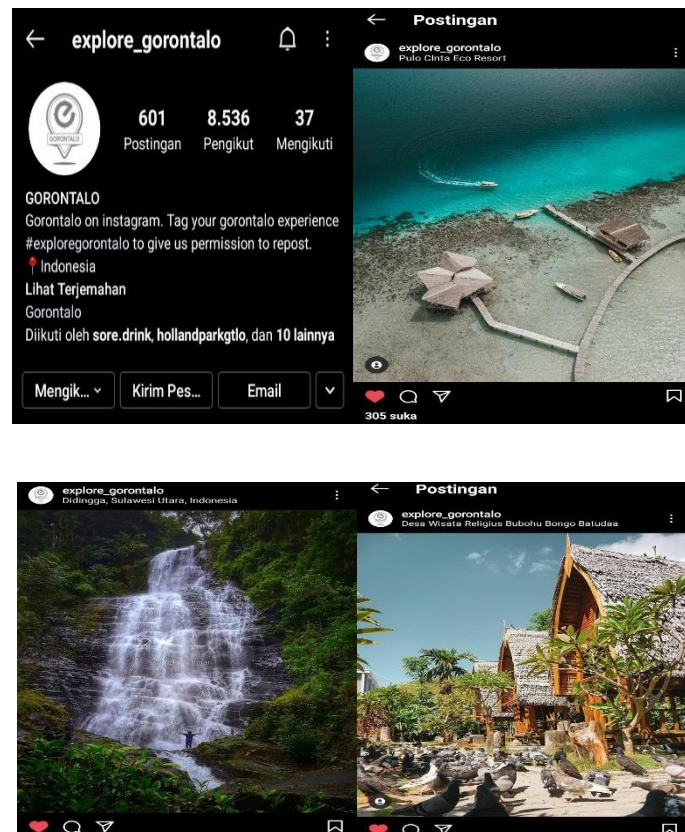
terpopuler per satu Januari 2019 di dunia adalah *Facebook*, *Youtube*, *Instagram* menurut *WeAreSocial* (2019).

Sekarang ini, banyak akun Instagram yang berisi konten informasi wisata. Instagram menggunakan istilah *followers* dalam sistem pertemanannya. *Followers* merupakan istilah pada pengguna akun lain yang mengikuti pengguna akun lainnya untuk mengetahui kegiatan pada akun pengguna Instagram. Popularitas Instagram menjadi hal strategis bagi para *followers* untuk mendapatkan informasi wisata dalam waktu beberapa menit saja. Berbagai informasi yang dapat dilihat oleh seluruh pengguna akun Instagram tanpa mengeluarkan banyak biaya dan tenaga. Instagram yang awalnya hanya digunakan untuk membagikan foto dan video, kini para pengguna Instagram dapat memanfaatkannya sebagai wadah untuk mendapat dan memberi informasi.

Dengan adanya Instagram masyarakat tidak perlu membuka portal berita melalui *website* sebab segala informasi yang dibutuhkan bisa didapat melalui *platform* Instagram. Para pengguna bisa mendapatkan informasi sesuai kebutuhannya karena berita yang muncul pada *timeline* Instagram sesuai dengan akun Instagram yang diikuti. Apabila pengguna ingin mengetahui informasi mengenai destinasi wisata maka pengguna dapat mem-*follow* akun yang menyajikan tentang informasi seputar destinasi wisata tersebut. Salah satu akun yang memanfaatkan media sosial Instagram sebagai wadah untuk membagikan informasi terkait destinasi wisata yaitu akun Instagram @explore_gorontalo.

@explore_gorontalo berperan sebagai sarana promosi wisata yang disertai gambar dan video untuk wilayah Gorontalo. Menurut Admin (pengelola) akun ini, tujuannya yaitu untuk memperkenalkan tempat-tempat wisata yang ada di Gorontalo. Akun Instagram @explore_gorontalo sekarang ini menjadi akun penyampaian informasi wisata yang memiliki jumlah *followers* sebanyak 8.536 dan jumlah postingan sebanyak 601 foto terkait wisata yang ada di Gorontalo per tanggal 25 Maret 2021. Berikut adalah gambar akun Instagram @explore_gorontalo.

Gambar 1.1 Akun Instagram @Explore_Gorontalo



(sumber : https://instagram.com/explore_gorontalo ,diakses pada tanggal 25 Maret 2021)

Peranan Instagram terhadap pariwisata cukup besar, banyak *traveler* saat ini mulai berwisata setelah melihat foto di Instagram. Instagram menjadi *platform* efektif untuk memperkenalkan dan menyebarkan informasi terkait wisata. Fenomena inilah yang menjadi latar belakang peneliti, kemunculan foto-foto di Instagram yang membagikan tempat-tempat wisata menarik terlihat mempengaruhi pengguna lainnya dan menyebabkan respon baik bagi para penggunanya. Ditambah dengan banyaknya orang yang ingin dan melakukan *travelling* setelah adanya akun yang menyampaikan informasi tentang *travelling* berkembang di masyarakat.

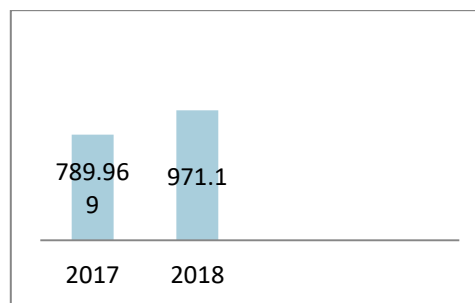
Gaya hidup masyarakat yang berkembang cepat dan dihadapkan langsung dengan internet, membuat model promosi secara *online* sangat relevan untuk digunakan baik destinasi wisata maupun pengelola akomodasi pariwisata untuk melakukan pencitraan yang baik serta untuk menarik perhatian dan minat wisatawan, dari berbagai akun instagram yang berhubungan dengan promosi wisata indonesia akhir-akhir ini banyak menghiasi *timeline* instagram dari banyaknya akun instagram yang mempromosikan wisata indonesia, salah satunya adalah akun instagram @explore_gorontalo.

Provinsi Gorontalo memiliki potensi daya tarik wisata yang cukup besar. Memiliki 86 destinasi wisata yang terdiri atas wisata alam, sejarah, budaya, maupun wisata buatan. Selain dikenal sebagai kota serambi madinah, Gorontalo menyimpan eksotisme alam yang indah. Tak heran

jika wisatawan berkunjung ke Daerah ujung Pulau Sulawesi ini, akan disugahi destinasi wisata yang menarik mulai dari wisata alam, budaya, wisata religi, wisata buatan, hingga wisata kuliner. Kunjungan wisatawan asing selama tahun 2017 mencapai 789.969 orang sedangkan pada tahun 2018 mengalami peningkatan sebanyak 971.100 wisatawan. Berikut grafik jumlah kunjungan wisatawan di Provinsi Gorontalo tahun 2017-2018.

Tabel 1.1

Jumlah Kunjungan Wisatawan Provinsi Gorontalo Tahun 2017-2018



Sumber: <https://m.antaranews.com/Berita/864586/wagub-jumlah-wisatawan-di-gorontalo-meningkat-signifikan>

Berdasarkan latar belakang mengenai perkembangan dan kemajuan media sosial yang memberikan dampak tersendiri bagi para penggunanya dalam hal ini Instagram, dimana pada satu sisi layanan ini mampu memberikan kebutuhan informasi meluas dan cepat, dan secara tidak langsung ini memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk memperoleh informasi secara efisien tanpa menguras biaya dan tenaga. Melihat fenomena sosial yang terjadi antara media sosial Instagram dengan minat berkunjung wisata di atas penulis tertarik untuk mengkaji dan meneliti

lebih lanjut dalam bentuk penelitian dan dituangkan dalam bentuk karya ilmiah (skripsi) dengan judul Pengaruh Media Sosial (Instagram) @explore_gorontalo Terhadap Minat Berkunjung Wisata di Gorontalo.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat identifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Masih kurangnya minat berkunjung seseorang ke tempat wisata yang ada di gorontalo.
2. Masih kurangnya pengetahuan seseorang tentang tempat wisata yang ada di gorontalo.
3. Kecenderungan seseorang dalam menggunakan media sosial Instagram.
4. Kecenderungan seseorang terhadap eksistensi diri saat *travelling*.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan sebelumnya, peneliti dapat merumuskan masalah penelitian yaitu seberapa besar pengaruh media sosial (instagram) @explore_gorontalo terhadap minat berkunjung wisata di gorontalo.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian adalah Untuk mengetahui bagaimana pengaruh media sosial (instagram) @explore_gorontalo terhadap minat berkunjung wisata di gorontalo?

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian adalah terkait dengan aspek teoritis maupun aspek praktis.

1.5.1 Aspek Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan kajian ilmu komunikasi tentang media sosial (instagram) terhadap minat berkunjung.
- b. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan atau referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan kondisi media sosial (instagram) terhadap minat berkunjung wisata.

1.5.2 Aspek Praktis

- a. Bagi Peneliti, agar lebih memahami perilaku komunikasi media sosial (instagram) terhadap minat berkunjung wisata, serta berguna untuk pengembangan eksistensi diri.
- b. Bagi Masyarakat, agar lebih bijak dalam memilih media sosial apa yang baik digunakan untuk mencari informasi sesuai dengan yang dibutuhkan.
- c. Bagi Perusahaan Internet, agar dapat menciptakan dan selalu mengembangkan jejaring sosial bagi masyarakat.
- d. Bagi Pemerintah, agar dapat mempertimbangkan, memecahkan masalah, serta mengambil keputusan yang tepat mengenai media sosial.