

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Gambaran Umum Dinas Pariwisata Pemda Kebumen

Dinas Kepemudaan dan Olahraga dan Pariwisata wilayah Kabupaten Kebumen adalah salah satu Dinas Pemerintah Daerah yang memiliki tugas untuk melaksanakan urusan pemerintahan Kabupaten Kebumen yang berfokus dalam bidang pariwisata. Berbagai program kerja yang menjadi urusan Dinas Kepemudaan dan Olahraga dan Pariwisata atau yang disingkat Disporawisata Kabupaten Kebumen seperti merumuskan kebijakan dalam bidang pariwisata dan kebudayaan. Disporawisata juga memiliki tugas dalam penyebaran informasi mengenai potensi wisata yang ada di daerah Kabupaten Kebumen.

1.1.2 Gambaran Umum Instagram @plesirbumen

Akun Instagram @plesirbumen merupakan akun media sosial Instagram yang memiliki fungsi memberikan informasi mengenai tempat wisata yang ada di wilayah Kabupaten Kebumen. Akun @plesirbumen merupakan akun resmi Instagram yang dikelola langsung oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Kebumen yang dipegang oleh Dinas Kepemudaan dan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Kebumen.

Gambar 1. 1 Profile Akun Instagram @plesirbumen



Sumber: (Instagram.com/plesirbumen, 2019)

Postingan pertama akun @plesirbumen dimulai pada Bulan Januari 2016. Pengikut dalam akun Instagram tersebut telah mencapai enam ribu lebih (Selasa, 1 Oktober 2019 pukul 16:48) sehingga menjadikan @plesirbumen tergolong populer

sebagai salah satu akun media sosial Instagram yang berfungsi untuk memberikan informasi tentang objek wisata yang ada di Kabupaten Kebumen dengan tangan penggerak Dinas Pariwisata.

Gambar 1. 2 Konten Akun Instagram @plesirbumen



Sumber:(Instagram.com/plesirbumen, 2019)

Banyaknya tempat wisata yang ada di Kabupaten Kebumen tidak sebanding dengan banyaknya para *traveller* sebagai pecinta wisata yang telah mengetahui hal tersebut. Sedikitnya informasi yang tersebar, menjadikan akun @plesirbumen diharuskan gencar dalam mengolah konten informasi melalui media sosial instagram yang telah dibuat oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Kebumen.

Gambar 1. 3 Caption dalam Akun Instagram @plesirbumen

2,032 views

plesirbumen Hallo gaes...inilah salah satu daya tarik wisata yang dikelola oleh pemda Kabupaten Kebumen. Berjarak 11 km dari kota kebumen tepatnya di Desa Krakal Kecamatan Alian Kabupaten Kebumen.

Untuk tiket masuk PAP Krakal yaitu sebesar Rp 3.500.- dan bila kalian ingin mandi menikmati air panas yang jernih tidak berbau, berasa asin dan mengandung senyawa yang bisa untuk pengobatan, kalian akan dikenakan biaya tambahan sebesar Rp 12.000.-. Tapi inget ya gaes mandi disini tidak boleh lebih dari 15 menit.

Ohya untuk sarana prasarana PAP krakal ini dilengkapi dengan kolam renang yang dikhususkan untuk anak-anak dan airnya gak panas ya gaes.

Penasaran? Tunggu apalagi?!
Yuh Plesir Kebumen👉👈

Sumber:(Instagram.com/plesirbumen, 2019)

Dan dengan adanya akun Instagram @plesirbumen diharapkan dapat menjadi konten yang mempermudah wisatawan dalam mencari rekomendasi tempat wisata yang belum diketahui sebelumnya. Dari gambar diatas merupakan salah satu bentuk olahan *caption* yang menjadi pesan dalam konten promosi akun Instagram @plesirbumen sebagai ajang promosi objek wisata di Kabupaten Kebumen. Tujuan Dinas Pariwisata Kabupaten Kebumen, sebagai pemegang kendali dan yang bertanggung jawab dalam pengelolaan akun media sosial @plesirbumen supaya dapat memperkenalkan potensi lokasi wisata alam kepada pengikut akun media sosial yang terkait.

1.1.3 Visi dan Misi

A. Visi

Visi dari Dinas Pariwisata Kabupaten Kebumen adalah menjadikan Kebumen sebagai daerah tujuan pariwisata dengan memelihara nilai-nilai budaya.

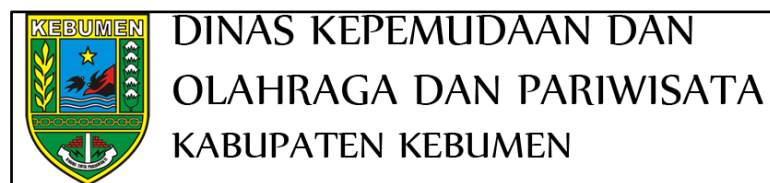
B. Misi

Misi dari Dinas Pariwisata Kabupaten Kebumen yaitu sebagai berikut:

1. Mengembangkan destinasi dan pemasaran pariwisata berdaya saing tinggi.
2. Melestarikan dan mengembangkan kebudayaan daerah yang berlandaskan nilai-nilai luhur.
3. Mengembangkan sumber daya industri pariwisata dan pemberdayaan masyarakat.
4. Meningkatkan pengelolaan dan pelayanan pariwisata yang professional.

1.1.4 Logo

Gambar 1. 4 Logo Dinas Pariwisata

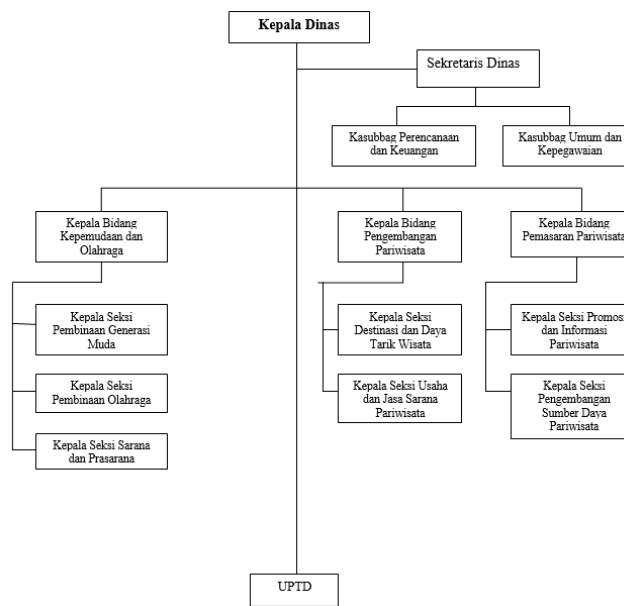


Sumber: (Pariwisatakebumen.com, 2019)

Bentuk, lukisan, ukuran, warna dari logo daerah Kabupaten Kebumen terdiri atas Perisai, Bintang, Pegunungan, Gua, Laut, Burung Lawet, Kapas Padi, Mata Rantai, Bambu Runcing, Batu Bata dan Genting dan Tulisan Bhumitirta Praja Mukti. Filosofi dari lambang Kabupaten Kebumen secara keseluruhan untuk memiliki kewajiban untuk bersyukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah menganugerahkan tanah yang subur dan air yang berlimpah sehingga kita sebagai warga Kabupaten Kebumen dengan cipta rasa, karsa dan kaya memanfaatkan modal tersebut untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat.

1.1.5 Struktur Organisasi Dinas Pariwisata Kabupaten Kebumen

Gambar 1. 5 Struktur Organisasi



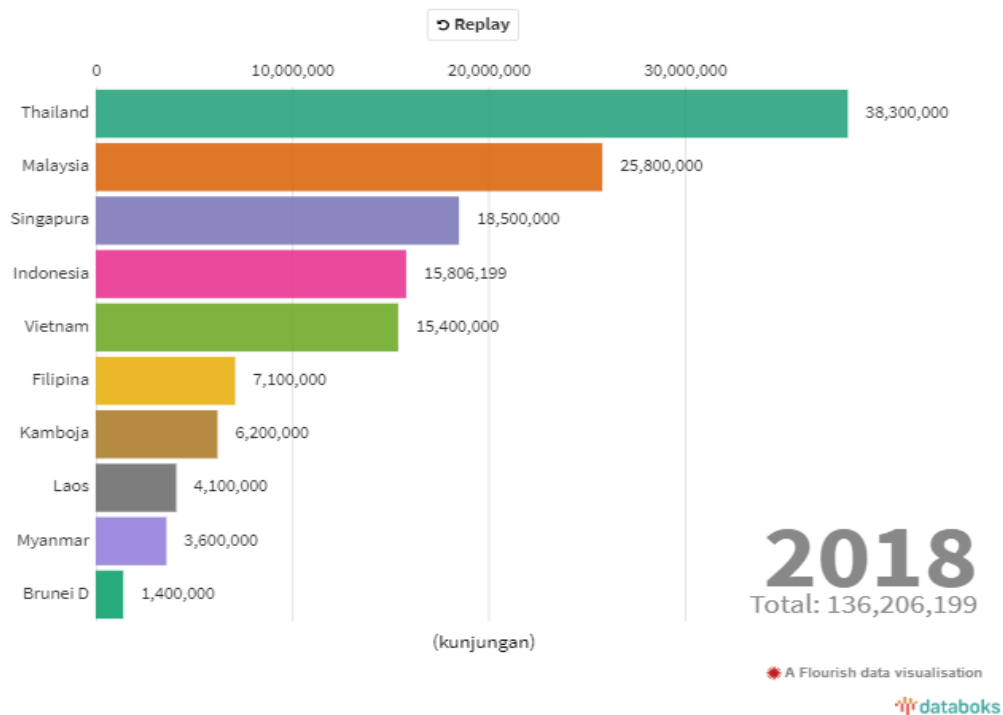
Sumber:(Disporawisata, 2019)

Struktur organisasi pada Dinas Kepemudaan dan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Kebumen merupakan gambaran umum dari para penggerak yang saling berhubungan guna menjalankan kerjasama sekelompok orang untuk mencapai satu tujuan, dengan adanya struktur organisasi pada dinas tersebut, menjadikan adanya pembagian tugas, wewenang hingga tanggung jawab masing-masing karyawan dalam Dinas Kepemudaan dan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Kebumen.

1.2 Latar Belakang

Kekayaan alam dan budayanya menjadikan Indonesia memiliki potensi wisata yang begitu besar. Bentuk lahan yang terdiri dari pegunungan, dataran rendah, dataran tinggi, laut yang sangat luas hingga suku dan budaya Indonesia yang beragam pun menjadikan sorotan tersendiri dimata negara lain. Kondisi ini menjadi salah satu faktor yang menjadikan Indonesia memiliki bekal untuk menambah daya tarik para wisatawan dan menjadikan negara Indonesia menjadi negara tujuan pariwisata seperti yang dapat dilihat pada gambar berikut ini :

Gambar 1. 6 Kunjungan Wisatawan Mancanegara Indonesia



Sumber: (Databoks, 2019)

Dari data kunjungan wisatawan mancanegara Indonesia oleh Databooks (Gambar 1.6) yang menyajikan data statistik mengenai kunjungan wisatawan mancanegara di tiap tahunnya. Pada grafik tersebut menunjukkan Indonesia menempati posisi keempat dengan tingkat banyaknya para pelancong yang menghabiskan waktunya guna mengunjungi Indonesia untuk menikmati keanekaragaman potensi wisata yang dimiliki negara ini (Databoks, 2019).

Kabupaten Kebumen merupakan salah satu kabupaten yang termasuk Wilayah Administratif Provinsi Jawa Tengah. Hingga saat ini, Kebumen merupakan kabupaten yang menduduki peringkat pertama termiskin se Jawa tengah (kebumenekspress.com, 2019).

Gambar 1. 7 Berita Terkait Kemiskinan Kabupaten Kebumen

Dalam rapat terungkap, Kebumen masuk dalam kategori kabupaten termiskin se Jawa Tengah di tahun 2019. Ini berdasarkan prosentase penduduk miskin kabupaten/kota se- Provinsi Jawa Tengah tahun 2019 dari Badan Pusat Statistik (BPS)

Kebumen memiliki angka kemiskinan tertinggi yakni 16,82 % sedangkan indeks kemiskinan terendah dimiliki oleh Kota Semarang dengan prosentase 3,98 %. Hingga akhir tahun 2019 ini, Kabupaten Kebumen masih menjadi kabupaten termiskin di Jawa Tengah.

Sumber: (kebumenekspress.com, 2019)

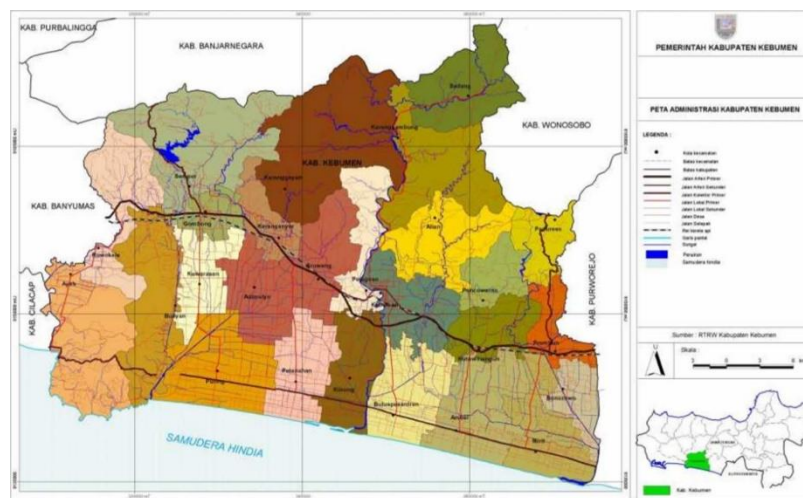
Disebutkan pada berita diatas, dengan presentase sebesar 16,82 persen membuktikan bahwa Kabupaten Kebumen merupakan kabupaten yang menempati peringkat pertama dengan angka kemiskinan tertinggi se-Jawa Tengah pada tahun 2019. Terkait tingginya tingkat kemiskinan menjadi permasalahan yang dimiliki oleh Kabupaten Kebumen, bidang pariwisata menjadi salah satu sektor yang memberikan peluang untuk mampu meningkatkan ekonomi masyarakat sehingga diharapkan mampu untuk menurunkan tingkat kemiskinan. Adanya bantuan dari sektor pariwisata, disamping dapat meningkatkan perolehan devisa negara ataupun PAD dalam bentuk retribusi, tetapi diyakini mampu menurunkan tingkat kemiskinan (Pratama, 2017).

H.Taj Yasin Maimoen, Wakil Gubernur Jawa Tengah dalam situs humas jateng menjelaskan bahwa Kabupaten Kebumen memiliki banyak potensi wisata didalamnya, dengan lokasi Kebumen yang dekat dengan Bandara Wirasaba Purbalingga dan Bandara baru Yogyakarta Internasional Airport, sehingga peluang tersebut harus ditangkap sebagai akses untuk mengembangkan potensi wisata. Maka

harus dipromosikan untuk mendapat perhatian dari para wisatawan dengan bekerjasama bantuan dari pemerintah, masyarakat dan pihak lain yang mendukung (Humas.jatengprov.go.id, 2019).

Tercatat dalam dokumen Badan Pusat Statistik Kabupaten Kebumen, luas wilayah Kabupaten Kebumen sekitar 128.111,50 hektar dengan 26 kecamatan, 449 desa dan 11 kelurahan yang masing-masing memiliki daerah potensi wisata.

Gambar 1. 8 Peta Administratif Kabupaten Kebumen



Sumber: (Disporawisata, 2019)

Selain itu, jika dilihat dalam konteks letak daerah regional, Kabupaten Kebumen merupakan tali penghubung antara Jawa Timur dan Jawa Barat dan memanjang di Pulau Jawa bagian Selatan. Hal itu menjadi salah satu dari berbagai peluang yang menjadi bekal utama yang dapat diandalkan untuk pengembangan di bidang pariwisata.

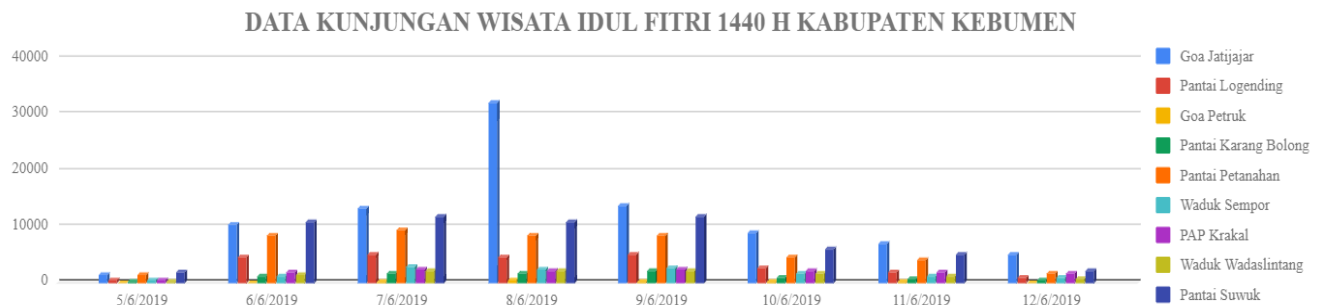
Gambar 1. 9 Jumlah Objek Wisata Kabupaten Kebumen

No	Urusan / Kelompok / Indikator	Tahun		Satuan
		2017	2018	
Dinas Kepemudaan dan Olah Raga dan Pariwisata				
1	Jumlah Obyek Wisata di Kabupaten Kebumen	24	36	Tempat
2	1. Jumlah Obyek Wisata yang Berupa Alam	8	13	tempat
3	2. Jumlah Obyek Wisata Berupa Pantai	9	14	tempat
4	3. Jumlah Obyek Wisata Buatan	4	7	tempat
5	4. Jumlah Obyek Wisata Religi	0	2	tempat
6	5. Jumlah Obyek Wisata Berupa Bangunan	0	0	tempat

Sumber: (Satudata.kebumenkab.go.id, 2018)

Tercatat dalam dokumen Dinas Pariwisata Kabupaten Kebumen, data diatas menyebutkan dengan terperinci jumlah objek wisata di Kabupaten Kebumen dengan peningkatan ditiap tahunnya. Mengingat banyaknya objek wisata yang ada di Kabupaten Kebumen, menjadikan target peningkatan kunjungan wisatawan yang terjadi pun menjadi tugas besar yang harus dipecahkan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Kebumen. Semakin tinggi minat wisatawan untuk berwisata ke Kabupaten Kebumen disetiap tahunnya terdapat konsekuensi didalamnya, di satu sisi dapat meningkatkan potensi wisata Kabupaten Kebumen, tetapi disisi lain Dinas Pariwisata memiliki tugas besar untuk semakin menyebarkan informasi yang lebih luas guna para wisatawan lebih mengetahui mana saja lokasi yang dapat dikunjungi sebagai destinasi liburan para *traveller*.

Gambar 1. 10 Data Statistik Kunjungan Wisata Kebumen



Sumber: (Pariwisatakebumen.com, 2019)

Berdasarkan grafik diatas, tercatat data kunjungan wisata di Kabupaten Kebumen pada saat hari libur Idul Fitri 1440 H tahun 2019, Goa Jatijajar menjadi objek wisata

yang memiliki tingkat jumlah kunjungan paling sering disinggahi oleh para wisatawan tetapi disisi lain masih banyak objek wisata yang belum terjamah oleh para pengunjung dengan dibuktikan data yang menunjukkan bahwa masih sedikitnya grafik pada tingkat kunjungan di objek wisata lainnya.

Gambar 1. 11 Jumlah Kunjungan Objek Wisata Kebumen

No	Urusan / Kelompok / Indikator	Tahun		Satuan
		2017	2018	
Dinas Kepemudaan dan Olah Raga dan Pariwisata				
1	Jumlah Pengunjung Obyek Wisata	1.790.075	2.020.878	Orang
2	1. Jumlah Pengunjung Obyek Wisata yang Dikelola Pemerintah	1.087.644	1.079.169	orang
3	1.1. Goa Jatijajar	395,630	389,854	Orang
4	1.2. Pantai Logending	136,284	92,642	Orang
5	1.3. Goa Petruk	7,803	6,579	Orang
6	1.4. Pantai Karangbolong	27,744	23,551	Orang
7	1.5. Pantai Petanahan	166,201	156,885	Orang
8	1.6. Waduk Sempor	47,948	39,485	Orang
9	1.7. PAP Krakal	28,168	48,921	Orang
10	1.8. Waduk Wadaslintang	31,766	34,167	Orang
11	1.9. Pantai Suwuk	246,100	287,085	Orang
12	2. Jumlah Pengunjung Obyek Wisata yang Dikelola Swasta	702.431	941.709	orang
13	2.1. BALAI INFORMASI DAN KONSERVASI KEBUMIHAN KARANGSAMBUNG	13,692	13,486	orang
14	2.2. BENTENG VAN DER WIJCK	54,301	34,985	orang
15	2.3. WISATA ALAM JEMBANGAN - PONCOWARNO	32,422	57,289	orang
16	2.4. P. MENGANTI - AYAH	448,667	447,004	orang
17	2.5. BUKIT HUD - BUAYAN	42,544	24,336	orang
18	2.6. PENTULU INDAH	37,380	52,417	orang
19	2.7. ALIAN BUTTERFLY PARK	6,468	0	orang
20	2.8. SAWANGAN ADVENTURE - AYAH	23,494	14,950	orang
21	2.9. PANTAI PEDALEN - AYAH	11,832	17,234	orang
22	2.10. PANTAI SAWANGAN - PURING	5,057	13,554	orang
23	2.11. PANTAI PECARON - AYAH	6,635	0	orang
24	2.12. BRUJUL ADVENTURE PARK - PEJAGOAN	19,939	16,821	orang
25	2.13. WISKUNO MADURETNO	0	3,297	orang
26	2.14. PANTAI LAGUNA LEMBUPURWO	0	65,500	orang
27	2.15. Taman Reptil	0	18,351	orang

28	2.16. Pesona Kayangan Karanggayam	0	26,206	orang
29	2.17. Kebumen River tubing Desa Rahayu	0	550	orang
30	2.18. Bulupitu Tunjung seto	0	1,148	orang
31	2.19. Wiskuno Maduretno	0	2,400	orang
32	2.20. Kampung Sapi (Sitiadi Puring)	0	6,712	orang
33	2.21. Lampon Pasir	0	18,251	orang
34	2.22. Patemon Pasir-Ayah	0	5,660	orang
35	2.23. Watubale Pasir-Ayah	0	35,615	orang
36	2.24. Surumanis Pasir-Ayah	0	31,266	orang
37	2.25. makam mbah Lancing Mirit	0	12,500	orang
38	2.26. Dewa Jati	0	2,714	orang
39	2.27. wisata Alam Prabu Tirtomoyo	0	19,463	orang

Sumber: (Satudata.kebumenkab.go.id, 2018)

Data diatas menggambarkan kondisi jumlah pengunjung objek wisata yang ada di Kabupaten Kebumen bahwa ada beberapa yang mengalami peningkatan dan penurunan ditiap tahunnya. Sebanyak 13 dari 35 objek wisata yang ada di Kabupaten Kebumen yaitu Goa Jatijajar, Pantai Logending, Goa Petruk, Pantai Karangbolong, Pantai Petanahan, Waduk Sempor, Benteng Van Der Wijck, Pantai Menganti, Bukit Hud, Alian *Butterfly Park*, Sawangan *Adventure*, Pantai Pecaron dan Brujul *Adventure Park* mengalami penurunan kunjungan wisatawan pada tahun 2017 ke tahun 2018, sehingga dengan adanya hal tersebut menjadikan Dinas Pariwisata Kabupaten Kebumen memiliki tugas besar untuk lebih mengencarkan promosi terkait objek wisata yang ada di Kabupaten Kebumen khususnya yang belum mengalami peningkatan kunjungan supaya lebih diketahui dan disinggahi oleh para pecinta *traveller*.

Melihat besarnya potensi masyarakat pada era saat ini yang turut menikmati jaringan internet dengan mendukung penggunaan media sosial, menjadikan pemerintah daerah harus ikut bergabung untuk dapat berkomunikasi dengan khalayak luas sebagai pengguna internet, karena dengan tingkat penggunaan media sosial di Indonesia yang cukup tinggi tetapi ternyata masih banyak instansi pemerintah yang belum ikut aktif didalamnya.

Beberapa instansi daerah yang sudah aktif dalam penggunaan media sosial meliputi Depkominfo, BNN, Pemerintah Daerah Trenggalek, Surabaya, Jakarta dan Kebumen, sehingga sisanya masih banyak yang belum memanfaatkan penggunaan media sosial. Kebumen yang tergolong telah memanfaatkan media sosial di lingkup instansi daerah, telah dimanfaatkan oleh Dinas Kepemudaan dan Olahraga dan Pariwisata Pemda Kebumen untuk membuat akun Instagram sebagai pemanfaatan adanya media sosial (Purworini, 2014).

Dinas Pariwisata Pemda Kebumen merupakan salah satu bagian dari aparatur negara yang mengemban tugas sebagai sumber informasi mengenai potensi wisata di Kabupaten Kebumen. Salah satu program kerja mendasar yang harus dilakukan oleh Dinas Pariwisata Pemda Kebumen yaitu menyebarluaskan dan mengeksplor potensi wisata Kabupaten Kebumen yang masih *limit* penyebaran informasinya.

Dalam hal tersebut, upaya yang dapat dilakukan oleh pemerintah daerah seperti melakukan komunikasi yang efektif dengan membangun komunikasi dua arah bersama masyarakat yang bisa dilakukan melalui media sosial karena dengan adanya teknologi tersebut, diharapkan kebutuhan manusia akan informasi bisa terpenuhi dengan maksimal. Salah satunya yaitu informasi mengenai sektor wisata. Mudahnnya akses masyarakat dalam mendapatkan informasi tersebut diharapkan mampu menjadi motivasi masyarakat untuk berwisata.

Gambar 1. 12 Perkembangan Pengguna Media Sosial

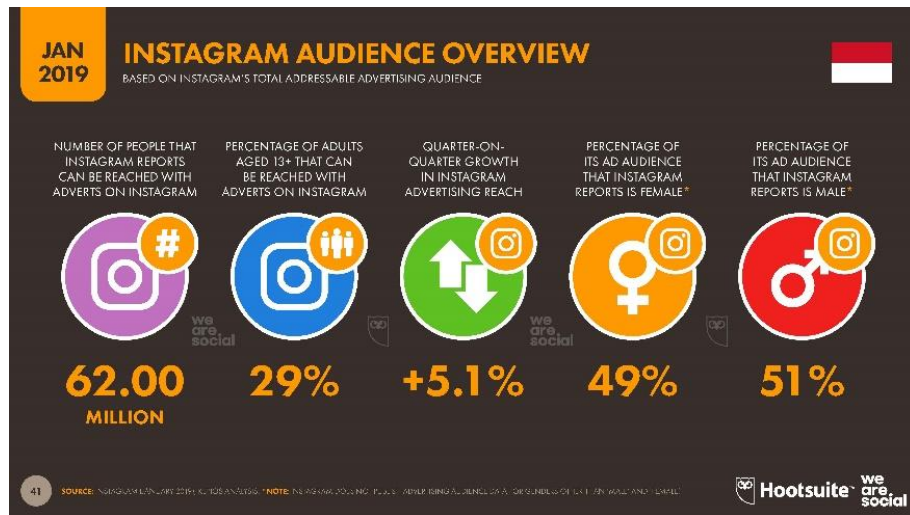


Sumber:(Wearesocial, 2019)

(Jumat, 20 September 2019 pukul 23:04 WIB)

Kemunculan Internet yang bebarengan dengan munculnya media sosial menjadikan alur komunikasi semakin efektif. Dengan adanya media sosial, masyarakat jadi memiliki sarana dalam menghubungkan antar individu untuk sarana komunikasi maupun bertukar informasi. Tercatat dalam data infografis menurut survei *Hootsuite*, menyebutkan bahwa total dari pengguna internet di Indonesia yaitu 150 juta pengguna dan berbanding lurus dengan pengguna media sosial yang juga tercatat sebanyak 150 juta pengguna. Data tersebut membuktikan bahwa mayoritas pengguna internet di Indonesia menggunakan media untuk bertukar informasi dan berkomunikasi melalui media sosial.

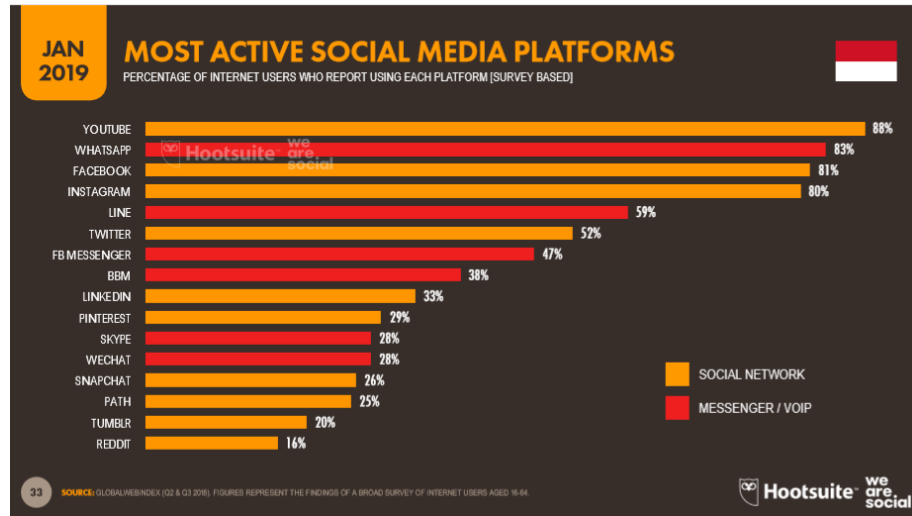
Gambar 1. 13 Grafik Perkembangan Sosial Media



Sumber: (Wearesocial, 2019)

Salah satunya ragam media sosial yaitu Instagram. Instagram hadir sebagai sarana media sosial yang menawarkan konsep fitur yang berbeda dari media sosial sebelumnya. Fitur yang tersedia membuat pengguna bisa dengan mudah membagikan foto dan video dalam *platform* tersebut.

Gambar 1. 14 Presentase tingkat penggunaan media sosial Instagram



Sumber: (Wearesocial, 2019)

Instagram merupakan *platform* media sosial ke tiga per bulan Januari pada tahun 2019 dengan tingkat media sosial yang paling sering digunakan dengan jumlah presentase 80% pengguna. Unikny, saat ini fungsi Instagram tidak hanya untuk mengunggah foto pribadi saja, tetapi dimanfaatkan pula untuk mengeksplor tempat-tempat tertentu yang memiliki keunikan dan daya tarik tersendiri secara kasat mata (Hootsuite, 2019).

Instagram banyak digunakan sebagai sarana memperkenalkan tempat wisata setiap daerah yang memiliki pesona alam yang indah dan hal tersebut sangat memudahkan para wisatawan untuk mencari referensi wisata untuk dikunjungi. Dengan adanya media sosial yang memfasilitasi hal tersebut, penggunaannya dirasa mudah, hemat biaya dan efektif dalam pemasaran dibidang pariwisata bagi suatu daerah, sehingga hal tersebut membuat media sosial semakin diminati untuk sarana komunikasi dan promosi (Kurniawati, 2016).

Media sosial yang memanfaatkan fasilitas Instagram sebagai media promosi daerah wisata yaitu @plesirbumen. Akun @plesirbumen menjadi salah satu akun media sosial yang berfungsi memberikan referensi tempat wisata untuk bagi para *followers*-nya. Akun tersebut merupakan akun Instagram yang dikelola oleh instansi daerah yang memiliki peran dalam mengekspos potensi wisata Kabupaten Kebumen.

Disporawisata telah mencoba memanfaatkan beberapa media sosial lainnya seperti *website* dan aplikasi. Pada *website pariwisatakebumen.com* lebih menekankan pada data peta wisata, wisata kuliner dan daftar hotel tanpa menyertakan dokumen gambar. Sedangkan pada aplikasi, hanya dapat berkomunikasi satu arah.

Dinas Pariwisata memilih media sosial Instagram untuk mencari peluang dalam mendorong dan mengembangkan potensi pariwisata Kabupaten Kebumen, dengan memanfaatkan keunggulan fitur media sosial Instagram yaitu dengan cara mengunggah berbagai konten foto dan video yang dilengkapi dengan *caption* sebagai penjelasan informasi, mengaktifkan kolom komentar untuk dapat melakukan komunikasi dua arah antara pengelola akun dengan pengguna media sosial sebagai salah satu ajang promosi yang dilakukan akun tersebut.

Peneliti melakukan telaah pustaka melalui jurnal dari situs Taylor& Francis, dalam rentan lima tahun kebelakang, yang pertama dengan judul “An Instagram Content Analysis For City Branding In London And Florence” oleh (Acuti, Mazzoli, & dkk, 2018) yang menjelaskan bahwa dalam jurnal tersebut London membranding sebuah kotanya melalui konten di Instagram guna berkontribusi pada pembangunan citra kota London dan Florence.

Jurnal kedua dengan judul “Exploring Qualitative Application of Social Media Data For Place-Based Assessments In Destination Planning” oleh (McCeary, Seekamp, & Dkk, 2019), penelitian tersebut menggunakan media sosial untuk mengeksplorasi hasil gambar dari konten yang dibuat oleh para pengunjung setelah datang ke kawasan objek wisata pada Negara USA dengan tujuan dapat menginformasikan peluang wisata dan promosi.

Jurnal ketiga dengan judul “From Online Via Offline To Online: How Online Visibility of Tourism Information Shapes And Is Shaped By Offline Visits” oleh (Lee, Yoonb, & Parka, 2017), bahwa penelitian tersebut menghubungkan antara peran informasi wisata pada Negara Korea yang telah disebarkan melalui media online dengan banyaknya jumlah kunjungan secara langsung dari para wisatawan. Jurnal selanjutnya yaitu “Place Branding And Moderating Role of Social Media” oleh

(Ebrahimia, Hajmohammadib, & Khajeheianb, 2019) menyelidiki bagaimana jejaring sosial dapat mempengaruhi branding dari objek wisata pada Negara Iran sehingga mampu mendorong calon wisatawan untuk berkunjung. Jurnal kelima dengan judul “Exploring The Characteristics of Tourism Industry By Analyzing Consumer Review Contents From Social Media: A Case Study of Bamako,Mali.” Menerapkan media sosial untuk mengeksplorasi industri pariwisata seperti hotel dan restoran Bamako, Mali.

Sehingga peneliti akan melakukan kebaruan dalam penelitian ini. Pada penelitian terdahulu promosi yang dilakukan belum ada yang melakukan promosi pada objek wisata yang ada di Indonesia khususnya di Kota Kebumen yang akan melihat dari sisi respon hingga melakukan keputusan kunjungan wisatawan. Pada penelitian ini, akan menggunakan indikator kesuksesan promosi pada media sosial yaitu jangkauan promosi, kuantitas update di media dan kualitas pesan. Selanjutnya akan menggunakan model AISAS sebagai indikator dari keputusan kunjungan.

Berdasarkan data yang dipaparkan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai sejauh mana pengaruh dari hadirnya akun media sosial Instagram @plesirbumen mampu menjadi media konten promosi yang menyediakan informasi mengenai objek wisata dengan mengandalkan konten pada unggahannya di akun instagramnya terhadap keputusan kunjungan para wisatawan dengan judul **“Pengaruh Promosi Akun Media Sosial Instagram @plesirbumen Terhadap Respon Kunjungan Wisatawan di Kabupaten Kebumen.”**

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Seberapa baik promosi wisata pada akun Media Sosial Instagram @plesirbumen terhadap respon kunjungan wisatawan di Kabupaten Kebumen?
2. Seberapa tinggi tingkat kunjungan wisatawan di Kabupaten Kebumen?
3. Seberapa besar pengaruh promosi akun Media Sosial Instagram @plesirbumen terhadap respon kunjungan wisatawan di Kabupaten Kebumen?

1.4 Pembatasan Masalah

Dengan tujuan agar penelitian fokus dan terarah, maka peneliti akan memandang permasalahan ini yang dibatasi variabel yang telah ditentukan, yaitu promosi akun media sosial Instagram @plesirbumen terhadap respon kunjungan wisatawan di Kabupaten Kebumen. Penelitian ini dibatasi menggunakan indikator jangkauan promosi, kuantitas *update* di media dan kualitas pesan untuk mengukur kesuksesan dalam sebuah promosi yang dimiliki menurut (Ristania & Justianto, 2013)

Sedangkan pada keputusan kunjungan wisatawan menggunakan beberapa faktor penentunya, yaitu perhatian, ketertarikan, mencari informasi, melakukan tindakan hingga membagikan informasi dari konsumen kepada orang lain dalam model AISAS sebagai paradigma dalam model komunikasi pemasaran yang dapat menjadikan seseorang dapat mengambil keputusan dari respon untuk melakukan pembelian, atau dalam penelitian ini yaitu respon kunjungan.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini meliputi:

- a. Untuk mengetahui seberapa baik tingkat promosi pada Instagram @plesirbumen terhadap respon kunjungan wisatawan di Kabupaten Kebumen.
- b. Untuk mengetahui seberapa tinggi tingkat kunjungan wisatawan di Kabupaten Kebumen.
- c. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi pada Instagram @plesirbumen terhadap respon kunjungan wisatawan di Kabupaten Kebumen.

1.6 Kegunaan Penelitian

1.6.1 Kegunaan Teoritis

1. Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menambah sebuah referensi bagi penelitian selanjutnya.
2. Hasil dari penelitian ini dapat menambah pengembangan ilmu pengetahuan yang berhubungan di bidang komunikasi mengenai wawasan tentang *New*

Media dan media sosial khususnya mengenai pengaruh promosi media sosial Instagram terhadap respon kunjungan wisatawan.

1.6.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti dan menjadi salah satu syarat untuk memenuhi kelulusan dalam program studi S1 Ilmu Komunikasi Telkom University sekaligus menerapkan ilmu yang sudah dipelajari selama perkuliahan.

2. Bagi Dinas Pariwisata

Dengan adanya penelitian ini diharapkan Disporawisata dapat mengetahui implikasi sebagai data perbandingan yang dapat memperlihatkan fenomena pengaruh media sosial Instagram dalam era saat ini, sehingga mampu memberikan manfaat teoritis untuk pengembangan promosi, khususnya dalam mempertahankan dan menambah wisatawan di Kabupaten Kebumen.

3. Bagi Masyarakat

Dalam penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi dan sebuah pemikiran kepada pihak lain sebagai pembaca yang ingin mengetahui dan melihat media sosial untuk kepentingan individu, kelompok maupun bagi pengelola akun @plesirbumen.

1.7 Waktu dan Periode Penelitian

Tabel 1. 1 Periode Penelitian

NO	Tahapan Penelitian	Bulan					
		Sept 2019	Okt 2019	Nov 2019	Des 2019	Jan 2020	April 2020
1.	Menentukan Topik Penelitian dan Judul						
2.	Mengumpulkan Kajian dan Penelitian Terdahulu						
3.	Desk Evaluation (Seminar Proposal)						
4.	Mengumpulkan dan Mengolah Data						
5.	Analisis dan Intepretasi Data						
6.	Menyusun Hasil Penelitian Berupa Skripsi						
7.	Sidang Skripsi						