

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Berkembangnya kemajuan teknologi di period 4.0 memiliki dampak terhadap perkembangan pola pemikiran serta kebiasaan manusia dari period sebelumnya. Di period 4.0 ini kemajuan teknologi memiliki pengaruh penting dalam memudahkan aktivitas manusia ketika berinteraksi sekaligus memudahkan untuk mendapatkan dan menyebarkan informasi. Datangnya teknologi baru dalam bentuk media ini tentunya sangat membantu dalam mencukupi keperluan manusia khususnya di bidang media sosial. Menurut Blumers dan Katz (littlejohn, foss dan outzel dalam Sutrisno & Mayangsari, 2021:120) berdasarkan teori uses and Gratification yang menjadi peranan penting untuk menggunakan, memilih, dan menentukan dalam proses komunikasi adalah media. Berkembangnya media sosial juga membuat masyarakat menjadi pengguna sosial media yang bisa berinteraksi satu sama lain.



Gambar 1. 1 Data jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia tahun 2022
(diakses pada senin, 6 juni 2022 pukul 05.05 WIB)

Menurut data dari dataindonesia.id yang bersumber dari *We Are Social* tercatat ada 62 juta orang yang menggunakan media sosial pada tahun 2014, pada tahun 2015 tercatat

72 juta orang yang menggunakan media sosial, pada tahun 2016 tercatat 79 juta orang yang menggunakan media sosial, pada tahun 2017 tercatat 106 juta orang yang menggunakan media sosial media, pada tahun 2018 tercatat 130 juta orang yang menggunakan sosial media, pada tahun 2019 tercatat ada 150 juta orang yang menggunakan media sosial, pada tahun 2020 tercatat ada 160 juta orang yang menggunakan media sosial, pada tahun 2021 tercatat 170 juta orang yang menggunakan media sosial dan terakhir per januari 2022 ada 191 juta orang yang menggunakan media sosial. Pada tahun 2022 terjadi peningkatan sebesar 12,35% dibandingkan jumlah pada tahun sebelumnya.

Peningkatan tersebut membuktikan bahwa media sosial merupakan media yang digemari masyarakat Indonesia dalam pemanfaatan teknologi di period 4.0 ini. Diliat dari peningkatan tersebut masyarakat Indonesia memberikan respon yang baik terhadap masuknya perkembangan teknologi dalam bentuk media sosial ini. Menurut Hidayatullah media sosial merupakan sebuah layanan baik situs maupun layanan daring yang memungkinkan penggunaanya untuk bisa menyebarkan, membuat atau mengomentari dari sebuah konten seperti foto, video maupun teks yang telah ditampilkan (dalam Sutrisno & Mayangsari, 2021:119).

Salah satu media sosial dengan peminat terbanyak di Indonesia adalah media sosial instagram. Menurut statista.com Indonesia merupakan Negara keempat di dunia dengan jumlah pengguna instagram terbanyak. Hal itu dibuktikan dengan adanya *watchword* “*The Power Of Netizen Indonesia*”, *watchword* tersebut menunjukkan seberapa cepatnya masyarakat Indonesia ketika menerima sesuatu hal baru atau juga ketika mereka memviralkan sesuatu. Fenomena ini menunjukkan bahwa media sosial instagram menjadi salah satu hal yang berpengaruh dalam kebutuhan mencari dan menemukan informasi (Hasya, 2022).



Gambar 1. 2 Logo Instagram

Gambar diatas merupakan logo dari platform media sosial instagram.

Instagram merupakan suatu layanan yang berguna untuk memberi dan menyebarkan informasi dalam bentuk gambar dengan menggunakan jaringan internet sehingga informasi yang telah diberikan dapat tersampaikan dengan cepat. Instagram sendiri berasal dari kata “instan” yang artinya foto-foto yang di unggah dapat ditampilkan secara instan. Sedangkan untuk kata “gram” berasal dari kata “telegram”, yang dimana cara dari krja telegram ini untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Oleh karena itulah Instagram berasal dari kata “instan-Telegram” (Putri dalam Muhammad & Soedarsono, 2021:1876)

Di period 4.0 sekarang ini, sosial media instagram bukan hanya menjadi media sebagai tempat memasarkan produk atau menjual produk dan jasa tetapi juga untuk menyebarkan informasi. Salah satu informasi yang bisa disebarakan melalui media sosial instagram adalah informasi mengenai destinasi wisata. Dengan di dukungnya fitur-fitur lengkap dari instagram seperti fitur upload foto dan video, fitur ig reels, fitur ig story dan juga IGTV membuat media sosial ini semakin nyaman digunakan. Penyebaran informasi mengenai destinasi wisata juga dapat dikemas dengan lebih baik karena bisa menambahkan keterangan *caption* sebagai pelengkap informasinya. menurut Pittman, informasi dan pesan yang dikemas dalam bentuk gambar akan memiliki pengaruh yang lebih berdampak kepada pengguna sebagai pembaca dibandingkan melalui informasi berbentuk tulisan (Pittman & Reich dalam Qonaati, 2021:149)

Dengan begitu, di Era digital sekarang ini masyarakat sudah mulai memanfaatkan media sosial instagram sebagai alat untuk mencari dan membagikan informasi mengenai destinasi wisata. Informasi Wisata merupakan salah satu informasi yang banyak di minati

oleh masyarakat di Indonesia. Informasi yang disebarakan bisa menjadi referensi bagi masyarakat di Indonesia maupun masyarakat setempat yang sedang mencari kebutuhan informasi mengenai destinasi wisata. Informasi yang disebarakan juga memuat tentang dimana lokasi tersebut berada dengan disertai video singkat mengenai tempat wisata yang di promosikan.



Gambar 1. 3 Peta Kepulauan Bangka Belitung

(Sumber : Peta Wilayah diakses pada senin, 6 juni 2022, pukul 06.18 WIB)

Provinsi Kepulauan Bangka Belitung merupakan pulau yang terbagi menjadi dua dalam satu provinsi yaitu Pulau Bangka dan Pulau Belitung. Kepulauan Bangka Belitung ditetapkan menjadi provinsi ke-31 oleh Pemerintah Republik Indonesia berdasarkan UUD no 27 tahun 2000 tentang pembentukan Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Sebelum menjadi Pulau dengan Provinsi sendiri, pulau ini dulunya termasuk ke dalam Provinsi Sumatera Selatan.

Pulau Bangka yang merupakan salah satu pulau yang ada di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung ini memiliki potensi pariwisata yang sangat indah. Menurut Rismy Wira Madonna selaku Kepala Dinas Pariwisata dan kebudayaan Kabupaten Bangka di Sungailiat, menyebutkan total wisatawan yang berkunjung ke kawasan wisata sebanyak 39.368 orang dengan hitungan pada tanggal 3 mei terdapat 6.461 orang, pada 5 mei sebanyak 12.719 orang dan puncak tertinggi berada di akhir waktu libur sebanyak 20.188 orang. wisatawan yang datang merupakan gabungan dari masyarakat Bangka dan juga masyarakat di luar Bangka seperti Jakarta, Palembang dan sejumlah daerah lainnya

(*Jumlah Wisatawan Di Bangka Capai 39.368 Orang, 2022*). Hal tersebut menunjukkan bahwa sudah banyak masyarakat yang mulai tertarik untuk mendatangi objek wisata yang ada di Pulau Bangka.

Salah satu spotlight dari Pulau Bangka adalah destinasi wisata pantainya yang sangat banyak dan beragam. Referensi pantai tersebut bisa kita ketahui melalui media sosial @explorebangka. Melalui media sosial tersebut, masyarakat bisa dengan mudah mengakses dan mencari tau tentang wisata-wisata pantai yang ada di Pulau Bangka. Instagram tersebut digunakan sebagai tempat informasi sekaligus tempat promosi terhadap destinasi wisata yang ada di Pulau Bangka. akun instagram @explorebangka hanya berfokus untuk memberikan informasi mengenai destinasi wisata saja.



Gambar 1. 4 Akun Instagram @explorebangka

(Sumber: Ig explorebangka diakses pada Senin, 6 juni 2022, pukul 11.24 WIB)

Akun Instagram @explorebangka merupakan akun yang memberikan informasi mengenai destinasi wisata yang ada di Pulau Bangka sejak tahun 2014. Jumlah pengikut dalam akun tersebut sebanyak 43,6rb pengikut dengan 589 postingan serta 20 orang yang diikuti. Jumlah pengikut dari akun tersebut dapat membantu menambah rasa percaya bagi masyarakat yang melihat akun tersebut maupun masyarakat yang menjadi pengikut dari akun instagram tersebut. Gambar diatas merupakan foto pengguna dari akun Instagram @explorebangka. Di pulau Bangka juga terdapat akun lain yang sama sama memberikan informasi mengenai keindahan tempat wisata pantai. Berikut ini adalah perbandingan jumlah pengikut dari media informasi yang ada di Pulau Bangka per 6 juni 2022.

Tabel 1. 1 Data Pengikut media sosial Informasai Wisata Pulau Bangka

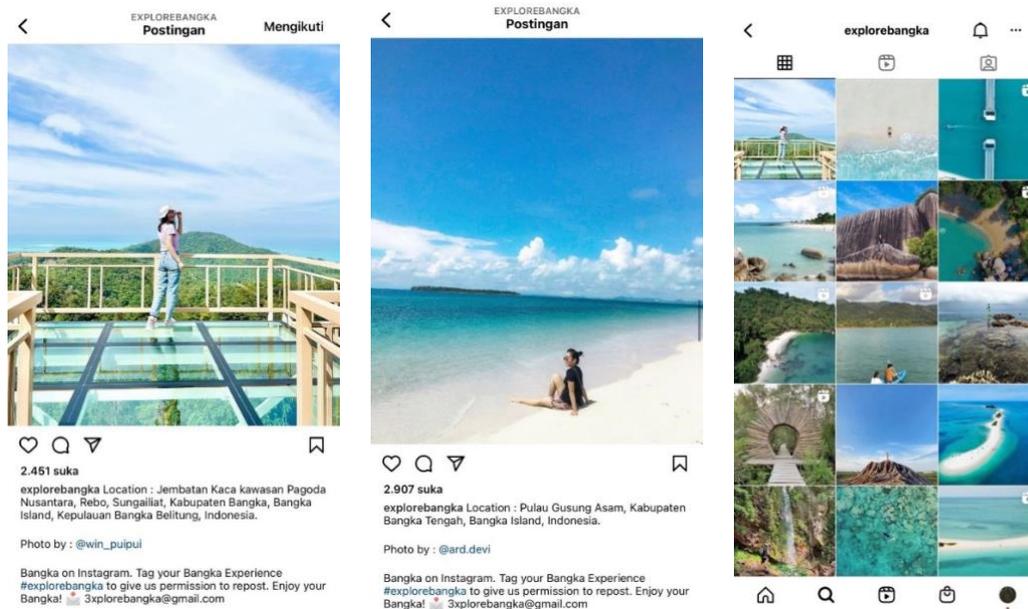
NO	AKUN INSTAGRAM	JUMLAH PENGIKUT	JUMLAH POSTINGAN
1	@explorebangka	43.600	589
2	@thesunofbangka	3.276	3.231
3	@infobangka	2.782	2.770

(Sumber: Data Olahan Penulis, diakses pada senin, 6 juni 2022 pukul 11.48 WIB)

Berdasarkan data Tabel diatas, media sosial instagram @explorebangka adalah akun yang paling banyak di ikuti para penggunaa dari media sosial instagram sebagai sumber informasi untuk memenuhi kebutuhan informasi mengenai destinasi wisata. Dari ketiga akun diatas akun instagram @explorebangka merupakan akun yang masih memberikan update tentang destinasi wisata di pulau Bangka. Akun instagram @thesunofbangka hanya memberikan informasi mengenai info sunset dan sunrise akan tetapi akun tersebut terakhir kali mengunggah foto di media sosial pada 18 juli 2021 sedangkan untuk akun instagram @infobangka memberikan informasi mengenai tempat wisata, tempat kuliner dan juga event yang ada di Bangka. informasi dari akun @infobangka tergolong cukup lengkap namun akun tersebut sudah berhenti beroperasi pada 19 April 2020 sehingga hanya melalui akun instagram @explorebangka para pengguna dapat mengetahui mengenai wisata-wisata yang ada di Pulau Bangka.

Akun instagram @explorebangka juga mempunyai keterangan pada bio Instagramnya yang bertuliskan “*Tag your Bangka Experience #explorebangka to give us repost permission.*” Keterangan #explorebangka pada bio tersebut membantu memudahkan admin dari akun instagram @explorebangka untuk mengunggah ulang foto

dari orang yang sudah mencantumkan tagar tersebut di postingannya. Dari tagar #explorebangka tersebut sudah terdapat 166ribu postingan. Tagar tersebut berguna untuk mendukung informasi yang disebar dan juga menyatakan bahwa unggahan yang memiliki tagar tersebut merupakan wisata yang ada di pulau Bangka.



Gambar 1. 5 Tampilan konten akun instagram @explorebangka

(Sumber: olahan penulis diakses pada Senin, 6 juni 2022, pukul 13.00 WIB)

Gambar diatas merupakan postingan yang di unggah di akun instagram @explorebangka yang memuat informasi dimana lokasi dari tempat wisata tersebut. Di captionnya juga mencantumkan sumber asli dari pemilik foto asli yang diunggah di postingan tersebut. Selain postingan dalam bentuk foto, instagram tersebut juga mempromosikan tempat wisata melalui video singkat untuk menambah minat dari para pengguna yang melihatnya. Konten-konten yang berada di akun instagram @explorebangka semuanya berisi tentang betapa indahnya dan beragamnya wisata yang ada di pulau Bangka. Setiap tempat wisata yang di bagikan di instagram tersebut memiliki karakteristik dan ciri khasnya masing. Postingan konten yang diunggah juga menyajikan informasi dengan kualitas foto video yang sangat indah dan bagus. Banyak juga tempat wisata yang masih baru dan belum banyak diketahui masyarakat Bangka sendiri maupun masyarakat luar Bangka dibagikan di akun instagram @explorebangka. Hal tersebut

tentunya sangat membantu masyarakat untuk mengetahui tempat wisata baru yang sebelumnya belum mereka ketahui sama sekali.

Dalam Penelitian ini, peneliti memilih akun instagram @explorebangka sebagai objek Penelitian dikarenakan informasi yang disebar di akun ini berfungsi sebagai pemenuh kebutuhan informasi mengenai destinasi wisata yang sangat amat berguna bagi masyarakat yang sedang berkunjung atau ingin berkunjung ke Pulau Bangka. Akun instagram @explorebangka juga merupakan satu-satunya akun yang masih aktif dengan pengikut instagram terbanyak terkait dalam usaha memberikan pengetahuan mengenai informasi wisata yang ada di Pulau Bangka.

Peneliti juga melakukan Analisa mengenai penggunaan media social Instagram @jarambah_bandung terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisata di kota bandung. Menurut avero dan yanto (2021:3239) berdasarkan hasil dari penelitiannya, Instagram @jarambah_bandung memiliki pengaruh sebesar 70,5% terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisata di kota bandung. Hal tersebut membuktikan bahwa media social sangat membantu dalam memberikan informasi serta mempromosikan hal yang berhubungan dengan informasi wisata baik dalam bentuk kulineran makanan, kesenian maupun tempat wisata. Penyebaran informasi melalui media social juga membantu pemerintah dalam usaha memperkenalkan harta karun tersembunyi yang dimiliki oleh daerahnya.

Dari pembahasan yang sudah peneliti paparkan diatas, membuat peneliti tertarik untuk membuat penelitian lebih lanjut dengan judul penelitian yang peneliti angkat yaitu **judul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @explorebangka Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Wisata di Pulau Bangka”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang yang peneliti jelaskan diatas, peneliti mengidentifikasi lebih lanjut mengenai permasalahan yang akan diteliti yaitu “Seberapa besar pengaruh penggunaan media sosial instagram @explorebangka terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisata di Pulau Bangka.”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pemaparan Identifikasi masalah diatas, tujuan peneliti melakukan Penelitian ini lebih lanjut adalah “Untuk mengukur seberapa besar pengaruh penggunaan media sosial instagram @explorebangka terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisata di Pulau Bangka.”

1.4 Kegunaan Penelitian

Dengan adanya Penelitian ini, penulis berkeinginan Penelitian ini dapat berguna baik secara aspek teoritis maupun praktis, yaitu:

1.4.1 Aspek Teoritis

Hasil dari Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai wawasan dalam kajian ilmu Komunikasi ataupun Penelitian serupa yang berkaitan dengan pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisata.

1.4.2 Aspek Praktis

Hasil dari Penelitian ini diharapkan dapat berguna dan menjadi referensi serta masukan bagi akun @explorebangka untuk mengetahui seberapa berpengaruh penggunaan media sosial instagram yang mereka lakukan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi wisata di Pulau Bangka.

1.5 Waktu dan Periode Penelitian

Adapun waktu dan periode dalam penyusunan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

Tabel 1. 2 Rancangan Jadwal Penelitian

No	Tahapan	Tahun 2022										Tahun 2023	
		mar	apr	mei	jun	jul	agus	sep	okt	nov	des	jan	
1	Pengajuan Topik, Pra-penelitian dan mencari data sekunder												

2	Penyusunan Proposal BAB 1-3											
3	Desk Evaluation											
4	Revisi Desk Evaluation											
5	Pengerjaan bab 4-5											
6	Sidang skripsi											

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi latar belakang, identifikasi masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, waktu dan priode penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab yang berisi mengenai Landasan Teori, tentang pengertian Uses and gratification, pengertian media sosial, pengertian media social berbentuk instagram, kebutuhan informasi wisata dan penelitian terdahulu. Kemudian melalui konsep tersebut akan dibuat rumusan hipotesis dan akhirnya tercipta sebuah kerangka penelitian teoritis yang menjadi landasan dalam penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab yang berisikan mengenai pendekatan penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel, defenisi operasional dan variabel penelitian, skala pengukuran variabel, teknik pengambilan data, metode pengumpulan data dan analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisi analisis data dan pembahasan. Bab ini berisi hasil analisis data serta pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini memuat kesimpulan mengenai pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat serta memberikan saran-saran yang diperlukan kepada pihak-pihak yang terkait.