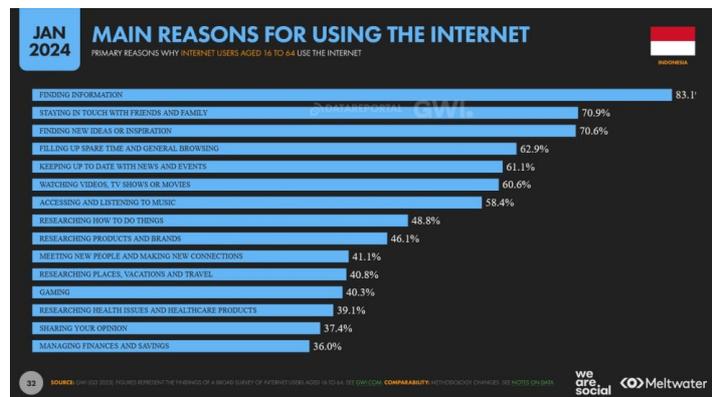


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini, kebutuhan informasi manusia menjadi sangat kompleks dan bervariasi sehingga kebutuhan pada informasi semakin meningkat. Informasi yang dicari sesuai dengan kebutuhan dan sangat beragam, mulai dari informasi tentang pariwisata, pekerjaan, bisnis, kesehatan dan banyak hal lainnya. Dengan melakukan pencarian informasi maka akan mencapai tujuan bagi pencari informasi. Pemenuhan kebutuhan informasi adalah suatu kebutuhan yang sangat dibutuhkan oleh manusia yang bisa didapatkan dengan mudah melalui media sosial (Salsabil & Arfa, 2019:200). Manusia merupakan makhluk sosial yang tidak dapat hidup sendiri dan pastinya membutuhkan bantuan dari orang lain. Sebagai manusia pasti membutuhkan informasi-informasi (Daniyah Khansa et al., 2021:25). Fenomena ini menunjukkan bahwa manusia membutuhkan informasi ketika ia menyadari bahwa pengetahuan yang dimiliki masih kurang mencukupi untuk memecahkan suatu masalah tertentu dalam dirinya. Kebutuhan sangat berkaitan erat dengan apa yang dibutuhkan, informasi yang dibutuhkan berupa informasi yang menambah pengetahuan, memperoleh kepuasan untuk meningkatkan keterampilan dan mengurangi ketidakpastian (Safira et al., 2022:78).



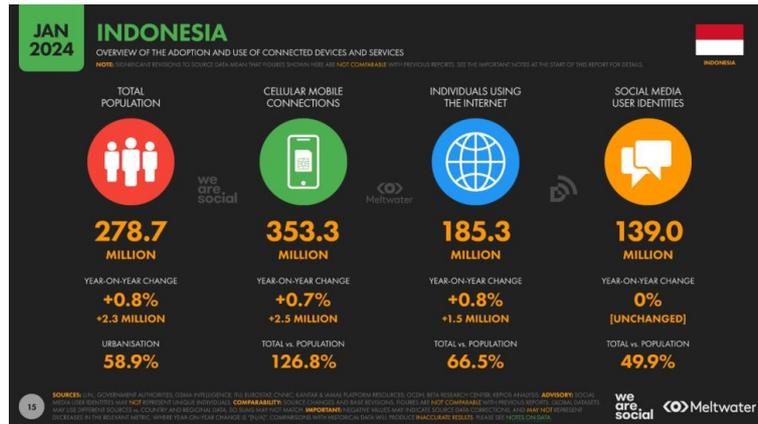
Gambar 1.1 Data Alasan Utama Orang Di Indonesia

Menggunakan Internet 2024

Sumber: *We Are Social* (2024)

Berdasarkan gambar 1.1 terdapat data alasan utama orang di Indonesia menggunakan internet yaitu di urutan pertama yaitu menggunakan internet untuk menemukan informasi sebanyak 83,1%. Di era digital ini komunikasi menjadi sangat instant, karena adanya teknologi digital yaitu internet. Internet yang merupakan penghubung untuk digunakan penggunaannya untuk berkomunikasi, mencari dan menerima informasi, dan mencari pekerjaan dengan mudah. Secara pesat, kini perkembangan teknologi, semakin banyak dampak yang membuat perubahan yang berdampak pada khalayak. Melainkan dalam perubahan sosial, gaya hidup, hingga dalam memberikan informasi pariwisata. Pada dasarnya, dahulu masyarakat mencari dan mendapatkan informasi melalui televisi, radio, ataupun koran. Kini, dengan adanya media digital mendapatkan informasi menjadi sangat mudah dan bisa dibilang sangat instant yang ingin didapatkan melalui *smartphone* yang dimana semua orang pasti memiliki. Melalui media digital masyarakat tidak akan sulit lagi mencari dan mendapatkan informasi pada perubahan teknologi saat ini (Sutowo et al., 2023:87).

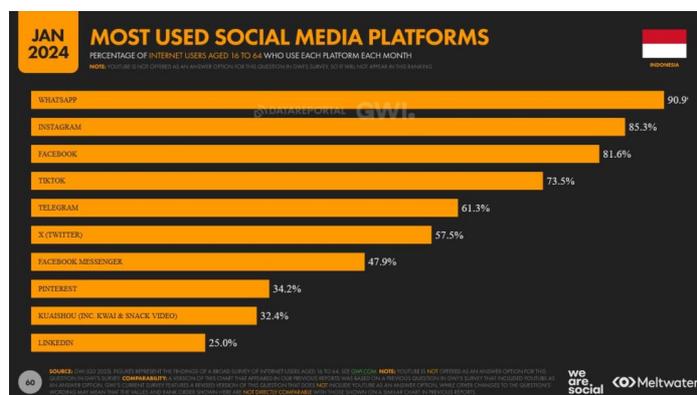
Awal dari sebuah internet hanya terdapat pada komputer yang dahulunya hanya ada di warnet, saat ini media digital seperti tablet, laptop dan *smartphone* bisa dibawa dengan mudah. Indonesia mengikuti perubahan media dengan sangat pesat, khususnya media sosial yang telah berkembang pesat di Indonesia. Memudahkan membuka media sosial dengan mudah menggunakan *gadget*, maka dengan itu sangat mudah sekali mendapatkan dan mencari informasi sampai seluruh dunia bisa kita dapatkan. Penggunaan pada aplikasi Instagram untuk mencari dan mendapatkan informasi menjadikan Instagram sebagai media informasi memenuhi kebutuhan. Seperti akun media sosial @mokagarut yang menyediakan informasi tentang pariwisata (Nurhasna Ayutiani & Primadani Satria Putri, 2018:40).



**Gambar 1.2 Data Pengguna Internet dan Media Sosial
Di Indonesia Tahun 2024**

Sumber: *We Are Social* (2024)

Berdasarkan gambar 1.2 dapat dilihat bahwa kini *user* media sosial meningkat secara pesat. Pada data tahun 2024 bulan Januari menunjukkan bahwa total populasi (jumlah penduduk) sebanyak 276,4 juta, perangkat *mobile* yang terhubung sebanyak 353,8 juta (128% dari total populasi), pengguna internet sebanyak 212,9 juta (77% dari total populasi), dan pengguna media sosial aktif sebanyak 167 juta (60,4% dari total populasi). Jenis media sosial terbanyak yang digunakan di Indonesia berturut-turut antara lain Whatsapp, Instagram, Facebook, dan Tiktok. Berikut adalah data yang memperlihatkan media sosial yang sering digunakan pada tahun 2024:



**Gambar 1.3 Platform Media Sosial yang Paling Banyak
Peggunanya di Indonesia Tahun 2024**

Sumber: *We Are Social* (2024)

Berdasarkan data pada gambar 1.3 diketahui bahwa pengguna *Whatsapp* di Indonesia sebanyak 90,9% dari jumlah populasi, sedangkan Instagram digunakan 85,3% dari jumlah populasi, dan *facebook* digunakan 81,6% dari jumlah populasi. Secara khusus, menarik untuk dicermati bahwa pengguna Instagram sebagai media mudahnya mendapatkan dan mencari informasi. Banyaknya pengguna media sosial terutama Instagram yang berbagi informasi dengan berkembangnya teknologi bagi semua orang termasuk orang yang mencari informasi melalui media sosial. Kebutuhan informasi akan menjadi kebutuhan manusia yang harus terpenuhi menggunakan berbagai cara untuk mendapatkan informasi yang diinginkan melalui media online ini (Difdha et al., 2021:278).

Salah satu jenis media sosial yang sangat populer pada kalangan semua umur, aplikasi Instagram termasuk media sosial paling mudah dalam mengunggah gambar dengan bentuk jejaring sosial berbagai foto/video. Instagram juga digunakan oleh paguyuban mojang jajaka sebuah organisasi untuk media informasi untuk memenuhi kebutuhan khalayaknya. Banyak fitur-fitur dalam Instagram menjadi mudah untuk menyebarkan informasi dan menjangkau khalayak lebih luas. Informasi sangat cepat melalui media sosial sehingga masyarakat harus lebih selektif dengan tujuan bahwa dengan banyak informasi yang datang. Sebagai penerima informasi dari mana saja tidak berpengaruh begitu saja tanpa informasi yang jelas, sehingga memilah informasi yang baik (Mahmudah & Rahayu, 2020:2). Berikut memperlihatkan data jumlah kunjungan daya tarik wisata 2023:

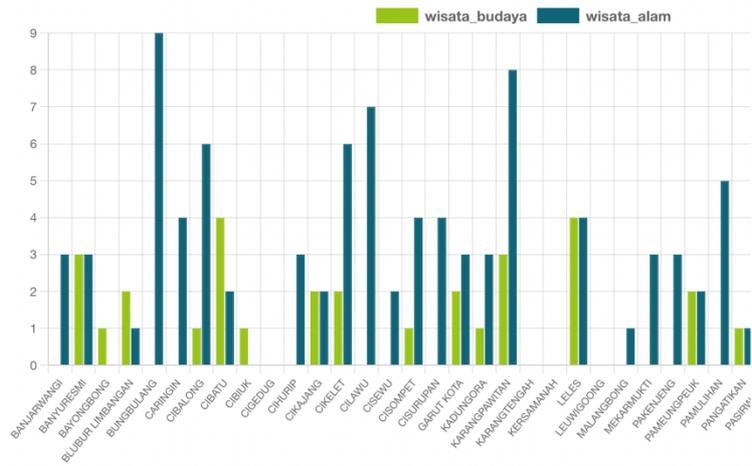
id	kode_provinsi	nama_provinsi	kode_kabupaten	nama_kabupaten	wisata	wisman	wisnus
1	32	Jawa Barat	3205	Garut	TAMAN AIR SABDA ALAM CIPANAS	-	252083
4	32	Jawa Barat	3205	Garut	KOLAM RENANG SURYA ALAM CIPANAS	-	228143
6	32	Jawa Barat	3205	Garut	TAMAN AIR DANAU DARIJA CIPANAS	-	219780
7	32	Jawa Barat	3205	Garut	KOLAM RENANG CIPANAS INDAH	-	211490
9	32	Jawa Barat	3205	Garut	KOLAM RENANG CAHAYA VILA CIPANAS	-	213258
10	32	Jawa Barat	3205	Garut	KOLAM RENANG KAMPUNG SUMBER ALAM CIPANAS	-	214053
11	32	Jawa Barat	3205	Garut	KOLAM RENANG TIRTA GANGGA CIPANAS	-	211366
14	32	Jawa Barat	3205	Garut	KOLAM RENANG ATRALINA CIPANAS	-	158980

**Gambar 1.4 Jumlah Kunjungan Daya Tarik Wisata
Di Kabupaten Garut 2023**

Sumber: Garut satu data (Mei 2024)

Berdasarkan gambar 1.4 merupakan data jumlah kunjungan daya tarik wisata di Kabupaten Garut, pada urutan pertama wisata yang populer dan ciri khas dari pariwisatanya di Kabupaten Garut yaitu Cipanas (Tetep et al., 2021: 142). Kabupaten Garut menjadi salah satu destinasi wisata yang populer di Indonesia. Kabupaten Garut disebut sebagai “Swiss of Java” dengan wilayah yang masih asri dengan pegunungan sehingga suasana alam masih melakat pada kota ini. Keunggulan yang dimiliki Kabupaten Garut untuk menjadikan kota yang akan dikembangkan dan akan terus memajukan kawasan alam dan budaya pada kota Garut menjadi destinasi wisata yang “eksotis”. Kota Garut termasuk kota yang kaya akan wisata di Indonesia. Banyaknya pariwisata yang masih alami seperti, perlautan, pegunungan, dan pariwisata buatan yang berhubungan dengan alam. Kawasan yang terkenal dengan indahnya alam yang memukau, udara yang sejuk dan air panas yang berasal dari gunung menjadi salah satu keunikan yang dimiliki Kabupaten Garut. Cipanas yang sangat populer dikalangan wisatawan mancanegara ataupun wisata nusantara (Utami Aprilia Rosi, 2023:55).

Pariwisata yang merupakan sebuah hal yang memberikan lapangan usaha bisnis yang sangat luas. Pariwisata salah satu kegiatan pada masyarakat yang dapat memberikan keuntungan baik untuk negara, masyarakat, dan lingkungan sekitar. Potensi wisata adalah memiliki keunikan tersendiri dari setiap daerahnya yang membuat daerah itu menarik perhatian masyarakat. Pariwisata tidak hanya alam saja tetapi ada wisata belanja, wisata peninggalan budaya (*cultural artifact*), seni budaya (*cultural behavior*), maupun wisata religi (Dwi Anggraeni & Hidayat, 2019:62). Berikut adalah gambar yang memperlihatkan grafik data pada jumlah potensi pariwisata di Kabupaten Garut 2022:



Gambar 1.5 Data Jumlah Potensi Pariwisata

Sumber: Open Data Jabar (Diperbaharui Februari 2024)

Data pada gambar 1.5 jumlah potensi pariwisata di Kabupaten Garut pada tahun 2022, yang berkunjung pada wisata alam dan wisata budaya. Terdiri dari daerah Banjarwangi, Banyuresmi, Bayongbong dan yang lainnya. Daerah tersebut memiliki wisata yang beragam, di lihat dari data banyak berkunjung ke wisata alam dibandingkan ke wisata budaya. Dengan demikian wisata alam maupun wisata budaya menjadi tempat bereaksi masyarakat Kabupaten Garut.



Gambar 1.6 Pemilihan Mojang Jajaka Kabupaten Garut

Sumber: Media Sosial @mokagarut (2024)

Berdasarkan gambar 1.6 terdapat pemilihan mojang jajaka Kabupaten Garut dari tahun 2014 – 2024. Mojang dan jajaka digelar di Kabupaten Garut setiap satu tahun sekali yang diberi nama Mojang dan Jajaka atau sering dikenal dengan singkatan Moka. Mojang jajaka adalah ikon “*Urang Sunda*” yang ditujukan kepada masyarakat Kabupaten Garut. Mojang dalam bahasa sunda berarti seorang perempuan yang berusia 18-24 tahun dan dipastikan belum menikah, Jajaka berarti seorang laki-laki yang berusia 18-24 tahun. Tujuan diadakan Mojang jajaka adalah sebagai duta wisata. Pemilihan setiap tahun merupakan program dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut untuk dapat dimelibatkan para generasi muda untuk menjadi *nonoman panutan* (generasi muda panutan) dalam hal pengembangan pariwisata dan budaya. Sebagai ikon pemuda yang terpilih dalam mempresentasikan budaya daerahnya, dengan ajang pemilihan duta wisata (Putri Mey Sadilla Sinthya, 2022:1).



Gambar 1.7 Duta Wisata

Sumber: Media Sosial @mokagarut (2024)

Berdasarkan gambar 1.7 merupakan alumni dari mojang Kabupaten Garut yang mengikuti ajang pariwisata hingga terpilih menjadi Puteri Indonesia Jawa Barat 2018. Duta wisata yang disebut sebagai *the agent of change* merupakan putra-putri yang mewakili daerahnya dalam memberikan informasi tentang pariwisata. Pemilihan duta wisata daerah menjadi salah satu strategi utama pemerintah untuk melibatkan kegunaan untuk memberikan informasi tentang pariwisata Kabupaten Garut. Mereka

yang terpilih menjadi sosok duta wisata, dengan adanya duta wisata setiap daerah di Indonesia diharapkan lahir suatu generasi muda yang kreatif dalam pemikirannya, inovatif dalam ide-idenya, percaya diri terhadap dirinya sendiri dan berpengalaman dalam profesinya (Wulandari et al., 2022:211).

Sementara itu dalam penyusunan penelitian ini menggunakan beberapa teori mendukung yang akan dijelaskan di bab selanjutnya yaitu bab dua. Teori yang digunakan oleh peneliti, teori variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) dari penelitian ini. Pada teori media sosial Instagram (X) (Hidayah & Esfandari, 2019) memiliki dimensi diantaranya *Context, Communication, Collaboration, Connection*, yaitu media sosial memberikan informasi tentang pariwisata Kabupaten Garut kepada masyarakat membuat terpenuhi. Teori pemenuhan kebutuhan informasi (Y) (Iskandar et al., 2020:46) memiliki dimensi diantaranya *Attention, Interest, Search, Action, and Share*, yaitu dengan memberikan informasi masyarakat akan mencari pada media sosial Instagram @mokagarut.

Berdasarkan fenomena dan penjabaran di atas, media sosial sangat berpengaruh yang cukup tinggi dalam memberikan informasi suatu hal termasuk pariwisata. Keunikan dan keunggulan dari Kabupaten Garut yang populer dengan wisata alam, akan menjadi pengetahuan baru bagi masyarakat dalam ataupun luar Kabupaten Garut yang belum mengetahui ada apa aja wisata yang harus diketahui sehingga akan mencari informasi melalui media sosial @mokagarut yang merupakan perwakilan perkenalan dari Kabupaten Garut itu sendiri. Maka dari itu, peneliti ingin melakukan penelitian dengan subjek yang berbeda yaitu di Kabupaten Garut untuk mengetahui apakah media sosial Instagram @mokagarut bisa memenuhi kebutuhan informasi khalayak untuk terkait informasi pariwisata Kabupaten Garut dengan judul **“Pengaruh Media Sosial Instagram @mokagarut Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pariwisata Kabupaten Garut”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pemaparan mengenai permasalahan diatas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah seberapa besar pengaruh media sosial @mokagarut terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pariwisata Kabupaten Garut?

1.3 Tujuan Masalah

Mengacu pada identifikasi masalah yang ada, maka tujuan masalah dalam penelitian ini yaitu untuk mendapatkan pengetahuan baru tentang pariwisata di media sosial Instagram @mokagarut terhadap minat penggunaan sebagai pemenuhan kebutuhan informasi pariwisata Kabupaten Garut. Dan untuk mendapatkan pengetahuan baru pada tanggapan responden mengenai akun @mokagarut.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Hasil penelitian ini dapat memberikan pengembangan dan referensi penelitian dalam mengetahui pariwisata yang ada di Kabupaten Garut melalui informasi mojang jajaka di media sosial Instagram @mokagarut.
2. Memanfaatkan paguyuban mojang jajaka dalam memberikan informasi pariwisata Kabupaten Garut sehingga meningkatkan pengetahuan bagi masyarakat di dalam dan luar Kabupaten Garut.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi mahasiswa, penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan dalam meningkatkan motivasi bagi pengembangan diri untuk mengikuti ajang kompetisi mojang jajaka dan memberikan pengetahuan kepada masyarakat untuk lebih mengetahui pariwisata di Kabupaten Garut.
2. Bagi paguyuban mojang jajaka, diharapkan penelitian ini memberikan inspirasi mengenai Kabupaten Garut yang dapat mengembangkan pariwisata.

1.5 Waktu dan Periode Penelitian

Tabel 1.1 Waktu dan Pelaksanaan

No	Jenis Kegiatan	Bulan								
		Oct	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun
1.	Pengajuan judul	■								
2.	Menyusun proposal	■	■	■						
3.	Desk Evaluation				■					
4.	Pengumpulan data				■	■				
5.	Analisis data penelitian					■	■			
6.	Penyusunan skripsi					■	■	■	■	
7.	Sidang skripsi									■

1.6 Sistematika Penelitian

Untuk menghasilkan gambaran yang jelas, proposal skripsi terdiri dari tiga bab. Antar bab memiliki pembahasan yang berbeda tetapi ketiga bab ini saling terikat. Adapun sistematika penulisan proposal skripsi antara lain:

BAB 1 PENDAHULUAN

Merupakan bab yang memaparkan penjelasan secara umum. Isi bab ini mencakup latar belakang, identifikasi masalah, tujuan masalah, kegunaan penelitian, waktu dan periode penelitian, serta sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Merupakan bab yang membahas tinjauan pustaka dan teori-teori terkait topik dan variabel penelitian, penyusunan kerangka pemikiran serta penetapan rumusan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Merupakan bab yang membahas pendekatan, metode penelitian, dan teknik yang diterapkan guna mengkoordinir data dan melakukan analisis terhadap data. Teknik yang diajukan wajib memenuhi kriteria relevan dengan masalah penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Merupakan bab yang membahas hasil penelitian serta pembahasan yang wajib disajikan secara sistematis sebagaimana identifikasi masalah serta tujuan penelitian. Lingkup penelitian, batasan penelitian yang ditampilkan secara nyata dalam pembahasan hasil pengolahan data.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Merupakan bab yang memaparkan kesimpulan hasil analisis data mengenai jawaban pertanyaan penelitian. Kesimpulan peneliti ditulis secara sistematis sebagaimana masalah pertanyaan penelitian.