

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Perkembangan teknologi informasi yang terjadi di Indonesia kini setiap harinya terus mengalami peningkatan. Penyebab dari hal tersebut disebabkan oleh berbagai factor seperti peningkatan area jangkauan, peningkatan bandwidth internet, penggunaan teknologi yang lebih baru dan alat komunikasi yang lebih cepat dan lebih canggih, munculnya perkembangan smartphone, hingga munculnya beberapa jejaring sosial yang terbaru. Menurut *wearesocial.com* (per Januari 2023) Pengguna internet aktif di Indonesia saat ini tercatat sejumlah 212 juta pengguna dari total penduduk Indonesia yang berjumlah 276,4 juta jiwa. Hal ini menunjukkan bahwa 77% dari total jumlah penduduk di Indonesia semakin hari semakin berkembang dalam mengikuti kemajuan teknologi yang ada pada sekarang ini.

Pada zaman ini, media seolah-olah sudah menjadi kebutuhan yang utama di masyarakat dalam upaya memperoleh informasi. Karena perkembangan media yang semakin hari semakin cepat dan canggih. Sehingga saat ini banyak lahir media baru bermunculan yang masing-masing mempunyai beberapa kelebihan dan daya tarik tersendiri. Dengan adanya perkembangan media yang semakin hari semakin pesat, sangat mudah bagi masyarakat dalam memperoleh sebuah informasi dari seluruh dunia hanya membutuhkan hitungan beberapa menit bahkan hanya hitungan detik saja. Kini jarak telah bukan lagi menjadi penyebab sebuah masalah bagi semua individu untuk memperoleh sebuah informasi.

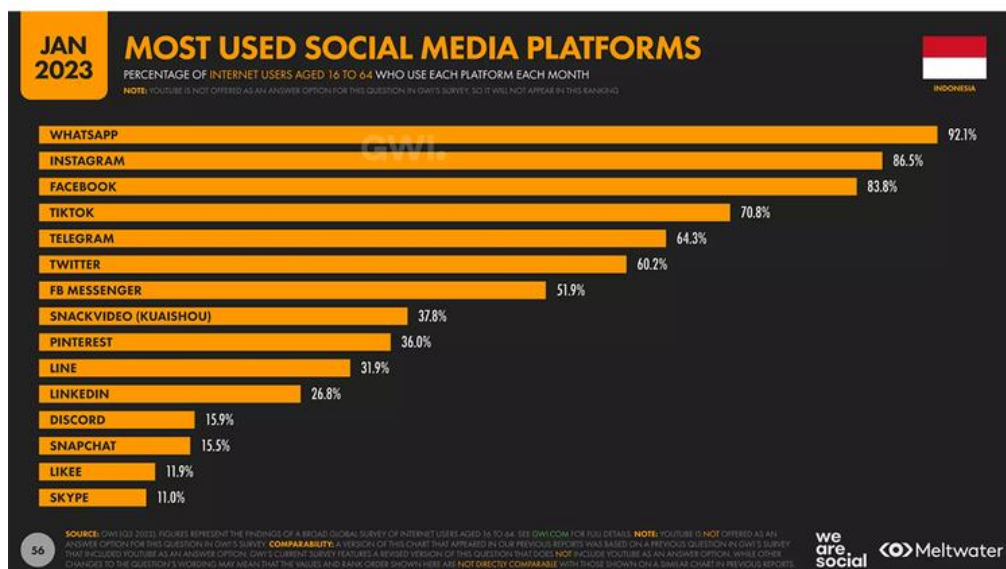
Di tengah kehidupan masyarakat pada saat ini, perkembangan media memberikan pengaruh yang terbilang jumlahnya cukup besar didalam kehidupan setiap individu. Salah satu contoh pengaruh perkembangan media saat ini adalah kegiatan dan kehidupan manusia menjadi lebih mudah karena adanya media internet ini. Kini masyarakat dapat mengakses informasi dengan lebih efisien tanpa harus menunggu waktu lama untuk mendapatkan informasi dari media lain seperti majalah dan televisi. Media digunakan manusia dalam menjalani aktivitas sehari-hari. Disadari atau tidak disadari, kini kita menjadi tergantung dengan keberadaan media. Dengan perkembangan teknologi saat ini terutama dengan perkembangan internet, sehingga telah menjadi sebagai salah satu sumber media informasi dan komunikasi, khususnya untuk memperoleh sebuah informasi yang cepat, akurat dan terkini (Dedi Saputra, 2019).

Pemanfaatan media saat ini mengalami peningkatan yang sangat cepat. Media sosial kini digunakan oleh masyarakat bukan hanya sekedar media hiburan ataupun digunakan sebagai media mencari informasi. Saat ini, media sosial juga digunakan sebagai untuk media bisnis dan industri. Dari banyaknya platform media sosial yang tersedia saat ini, platform media sosial yang digunakan mayoritas masyarakat Indonesia saat ini yaitu *Instagram*. Jika dibandingkan media sosial lainnya seperti TikTok, Facebook, Telegram, TikTok, Twitter, WhatsApp dll. Kini Instagram sudah menjadi sebagai salah satu jejaring sosial paling banyak yang dimanfaatkan keberadaannya sebagai media sosial oleh mayoritas masyarakat.

Media sosial sebagai alat pengantar pesan memiliki kekuatan dan pengaruhnya yang besar dalam kehidupan masyarakat masa kini. Karena kecepatan informasi dan banyaknya jumlah pengguna, media sosial kini menjadi sebagai media informasi yang sering diakses oleh masyarakat guna mengakses informasi dan hiburan.

Saat ini media digunakan oleh mayoritas masyarakat sebagai sarana berkomunikasi. Dengan tersedianya media sosial, kini semua orang dapat dengan mudah untuk terkoneksi dengan banyak individu di seluruh penjuru dunia tanpa adanya batas apapun. Untuk saat ini Instagram telah menjadi salah satu platform media sosial yang mempunyai banyak pengguna yang berada di penjuru dunia. Aplikasi Instagram muncul menjadi aplikasi media sosial yang diminati oleh masyarakat. Hampir semua dari kalangan masyarakat Indonesia memanfaatkan keberadaan media sosial Instagram saat ini. Saat ini masyarakat dalam menggunakan Instagram digunakan sebagai media untuk mencari dan mendapatkan sebuah informasi dan hiburan. Instagram menawarkan banyak fitur untuk memuaskan para penggunanya. Pengguna dapat dengan mudah mendapatkan informasi secara visual berupa bentuk foto dan bentuk video yang dapat terkoneksi langsung dengan individu lainnya seperti kerabat, keluarga, dan komunitas lainnya. Instagram mempunyai fitur yang unik yakni "*instastory*" fitur ini berguna untuk memposting seluruh aktivitas yang diinginkan oleh penggunanya.

Menurut *wearesocial.com*, *Instagram* masuk dalam lima besar media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Berikut ini merupakan data statistik penggunaan media di Indonesia per Januari 2023 yang peneliti akses dari website *wearesocial.com*



Gambar 1.1

Sumber : wearesocial.com

Menurut data di atas, dimana Instagram menempati posisi ke dua setelah WhatsApp. Pernyataan diatas dapat membuktikan bahwa Instagram sudah menjadi salah satu dari media sosial yang memiliki pengaruh yang kuat dalam mencari/mengakses sebuah informasi di Indonesia.

Dengan tingginya angka pengguna Instagram, kini banyak para pelaku bisnis memanfaatkan keberadaan media sosial Instagram dengan mengenalkan produk melalui media sosial Instagram. Selain itu, pada dasarnya Instagram terkenal sebagai platform media sosial yang berfokus pada berbagi foto dan video. Keunggulan utama Instagram adalah tampilan visual yang menarik dan mendalam. Prosedur visualisasi pada media sosial dapat menciptakan citra yang baik atau buruk, semua tergantung pada karakteristik gambar yang diterima oleh konsumen tersebut. Instagram juga mempunyai fitur yaitu fitur hashtag dan explore yang memudahkan postingan di media sosial Instagram menjadi lebih efisien untuk diketahui oleh para pengguna lainnya (Mitchell, 2017).

Dengan terciptanya keberadaan media sosial dimana media sosial memiliki jangkauan yang sangat luas, mayoritas masyarakat mulai menggunakan cara memperkenalkan produk mereka dari konvensional berubah menjadi promosi yang modern yakni dengan memanfaatkan keberadaan media sosial Instagram. Kini Instagram sebagai platform promosi wisata telah

menjadi strategi yang sangat efektif dalam meningkatkan perkembangan wisata. Selain itu, media sosial juga dapat menyajikan dampak yang positif sebagai media komunikasi pemasaran sebuah tempat wisata seperti kemudahan dalam melaksanakan promosi, biaya, serta efektivitas ini sehingga menjadikan media sosial Instagram saat ini telah banyak diminati oleh banyak pihak dalam menjalankan sebuah promosi (Gohil, 2015)

Melaksanakan sebuah event, membuat dan memasang banner promosi, dan mengumumkan lewat surat kabar merupakan kegiatan memperkenalkan objek wisata yang sering dilaksanakan sebelumnya. Akan tetapi cara tersebut kini dianggap kuno karena adanya penurunan daya tarik dan minat jika kita bandingkan dengan perencanaan yang lebih modern yakni dengan memanfaatkan keberadaan media sosial yang ada di smartphone, salah satunya adalah memanfaatkan media sosial Instagram. Mengingat perkembangan teknologi yang semakin hari semakin pesat konsep perubahan seperti ini memang sudah harus dilakukan dan secara tidak langsung dengan adanya efek globalisasi kini mendesak masyarakat untuk mengikuti sebuah perkembangan karena suatu proses bisnis tidak akan berjalan dengan lancar jika tanpa adanya suatu inovasi yang berkelanjutan.

Pada penelitian ini, peneliti mempunyai ketertarikan untuk melakukan penelitian tentang pemanfaatan media sosial instagram sebagai media komunikasi pemasaran objek wisata Bukit Paralayang Sempu yang terletak di Hutan Cowek, Kecamatan Purwodadi, Kabupaten Pasuruan. Salah satu kenapa alasan peneliti mengangkat objek wisata Bukit Paralayang Sempu adalah berdasarkan kegiatan prasurvey penelitian yang telah dilaksanakan oleh peneliti bahwa sebelumnya kurangnya media informasi dalam menginformasikan objek wisata Bukit Paralayang Sempu. Kemudian dengan hadirnya akun *@paralayangsempu*, akun tersebut hadir menyajikan sebuah gambaran langsung kepada calon wisatawan terkait apa saja yang tersedia di Bukit Paralayang Sempu. Kemudian alasan lain mengapa peneliti tertarik mengangkat objek wisata paralayang sempu adalah bahwa objek wisata ini telah berkembang dengan baik, meskipun objek wisata ini masih terhitung baru dimana baru diresmikan pada bulan Mei 2022, jumlah kunjungan wisatawan naik dari setiap bulannya, hal ini juga tidak terlepas dari udara disekitar lokasi objek wisata yang sangat segar karena dikelilingi oleh ribuan pohon dan kualitas air yang sangat jernih, kemudian sudah adanya fasilitas yang cukup lengkap seperti toilet yang representatif, musholla, cafe, dan satu tempat homestay yang cukup besar.

Melalui akun *@paralayangsempu*, terdapat sajian foto-foto dan video yang berada di Paralayang Sempu. Para wisatawan bisa menikmati pemandangan cantik kecamatan lawang

dan kecamatan purwodadi dari ketinggian serta menikmati pemandangan sunset di balik gunung Arjuna dan Bukit Paralayang Sempu juga menawarkan camping ground kepada wisatawan dan juga menyediakan persewaan tenda. Dengan keberadaan media sosial Instagram yang menyediakan akses kamera untuk fitur posting foto yang lebih efisien, fitur share, dan fitur filter yang bertujuan untuk memperindah gambar atau hasil tangkapan kamera dari *@paralayangsempu* maupun dari jepretan para pengunjung.

Semenjak akun *@paralayangsempu* diciptakan, para pengunjung yang berkunjung ke paralayang sempu juga sering menambahkan tag pada akun *@paralayangsempu*. Sehingga fitur tag yang tersedia di media sosial Instagram akan membuat *@paralayangsempu* akan menjadi populer dan lebih dikenal oleh khalayak atau calon wisatawan. Sebagai media sosial yang mempunyai jangkauan yang luas dan jaringan yang tidak ada batasnya Instagram mampu membantu mempromosikan dan menyajikan informasi dikalangan pengunjung. Karena wisata paralayang sempu saat ini sedang berkembang dan akun *@paralayangsempu* merupakan satu satunya akun sebagai media promosi dan informasi bukit paralayang sempu, oleh sebab itu peneliti mempunyai ketertarikan untuk meneliti tentang pemanfaatan media sosial Instagram *@paralayangsempu*.

Selain itu, engagement rate akun Instagram *@paralayangsempu* terbilang cukup bagus, engagement rate akun Instagram *@paralayangsempu* sejumlah 11%, untuk akun dengan jumlah pengikut seribu lima ratus sembilan puluh empat dengan tingkat engagement rate 10% sudah tergolong sangat baik.

Adapun penelitian sejenis yang pertama yaitu terkait pemanfaatan media Instagram sebagai media mengenalkan wisata diantaranya adalah penelitian yang dilaksanakan oleh (Kurniawati, 2017) dengan judul “Pemanfaatan Instagram oleh komunitas wisata grobogan dalam mempromosikan potensi wisata daerah”. Penelitian tersebut menguraikan tentang beberapa kelebihan dan bagaimana pengaruh Instagram menjalankan perannya sebagai media promosi wisata desa Grobogan. Penelitian tersebut menggunakan objek penelitian yakni akun instagram *@wisatagrobogan* yang dikelola oleh sebuah komunitas yang ada di wisata grobogan yang juga menjadi pelopor adanya objek wisata tersebut. Penelitian ini memperoleh hasil bahwa akun Instagram lebih menyajikan efek atau dampak yang besar terhadap ketenaran objek wisata grobogan dibanding ketika saat komunitas tersebut memanfaatkan media sosial lainnya. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian kali ini yakni sama sama menggunakan media sosial Instagram untuk dijadikan media dalam promosi wisata. Sedangkan

pada letak perbedaannya adalah subjek penelitian yang digunakan. Jika penelitian terdahulu berfokus pada kegiatan promosi desa wisata grobogan melalui Instagram yang dikelola oleh komunitas setempat dengan memanfaatkan Instagram dengan akun @wisatagrobogan, sedangkan pada penelitian kali ini menggunakan sebuah objek wisata yakni Bukit Paralayang Sempu.

Kemudian penelitian sejenis yang kedua yaitu “ Strategi Pemasaran Buku Dalam Meningkatkan Penjualan Melalui Media Sosial Instagram Studi Deskriptif Kualitatif Pada Founder @Tausyiahku” yang dilakukan oleh Acmad Rifqi Septiawan. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Fokus pada penelitian ini adalah strategi komunikasi pemasaran buku melalui memanfaatkan media sosial Instagram yang telah diterapkan oleh tausyiahku untuk mendorong angka penjualan. Penelitian tersebut menggunakan teori strategi komunikasi pemasaran di tausyiahku.

Kedua penelitian ini menggunakan teori komunikasi pemasaran sebagai dasar untuk menganalisis strategi yang diterapkan dalam konteks masing-masing. Kemudian kedua penelitian ini juga menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, yang bertujuan untuk mendeskripsikan fenomena yang diamati. Objek penelitian tersebut adalah strategi komunikasi pemasaran buku untuk mendorong angka penjualan melalui media sosial Instagram, tetapi pada penelitian yang saat ini peneliti laksanakan yakni pemanfaatan Instagram untuk dijadikan media promosi wisata. Subjek pada penelitian tersebut adalah *tausyiahku* sedangkan subjek yang tengah peneliti lakukan adalah Wisata Bukit Paralayang Sempu.

Berdasarkan fakta-fakta yang diuraikan oleh peneliti, peneliti mempunyai ketertarikan untuk mendeskripsikan tentang pemanfaatan Instagram @paralayangsempu sebagai media komunikasi pemasaran wisata bukit paralayang sempu.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dijabarkan oleh peneliti, maka peneliti tertarik untuk meneliti “Bagaimana pemanfaatan Instagram @paralayangsempu sebagai media komunikasi pemasaran wisata Bukit Paralayang Sempu?.”

1.3 Tujuan Penelitian

Peneliti ingin mengetahui pemanfaatan Instagram @paralayangsempu sebagai media komunikasi pemasaran wisata Bukit Paralayang Sempu.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai oleh peneliti, maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini bisa menjadi bahan kajian bagi peneliti selanjutnya yang mengidentifikasi berkaitan dengan studi Ilmu Komunikasi, Terutama pemahaman tentang pemanfaatan media.

2. Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan untuk berpikir ilmiah, mengidentifikasi masalah, merancang metodologi penelitian, dan mengevaluasi temuan secara kritis..

2. Bagi mahasiswa

Penelitian ini dapat menyajikan manfaat dan pengetahuan bagi Ilmu Komunikasi, secara khusus penelitian ini dapat menyediakan informasi terkait pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media komunikasi pemasaran.