

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi maju sangat pesat, hal ini ada di berbagai negara diseluruh dunia termasuk Indonesia. Perkembangan teknologi membawa dampak bagi kehidupan setiap manusia. Kemajuan teknologi tidak bisa dihindari dalam kehidupan setiap individu, perkembangan teknologi menjadi sebuah kekuatan baru di era globalisasi. Perkembangan teknologi yang sangat pesat di era globalisasi saat ini telah memberikan banyak manfaat dalam kemajuan diberbagai aspek.

Salah satu aspek yang maju dengan perkembangan teknologi adalah sektor pariwisata. Pariwisata merupakan tempat destinasi favorite untuk menghabiskan akhir pekan bersama keluarga baik itu masyarakat ibu kota maupun mancanegara. Pembangunan pariwisata sangatlah penting bagi setiap daerah karena dengan adanya tempat wisata bisa mendongkrak perekonomian daerah tersebut.

Dengan adanya perkembangan teknologi di sektor pariwisata membuat mudah setiap para penyedia wisata atau agent travel untuk mempromosikan wisata yang ada di mancanegara. Dengan hal tersebut membuat masyarakat lebih mudah mengetahui destinasi wisata terbaru dan pengembangan wisata yang sudah ada.

Kemajuan teknologi saat ini sangat melaju sangat cepat, terutama dalam penggunaan internet yang semakin hari semakin banyak kemajuan. Berbagai aplikasi pun hadir untuk memenuhi kebutuhan setiap individu. Mulai dari media sosial seperti Youtube, instagram, facebook, twitter dan media sosial lainnya. Peran internet dalam kehidupan sehari-hari setiap individu telah menjadi gaya hidup yang sudah melekat bagi setiap individu itu sendiri.

Kemajuan teknologi saat ini, sangat mempermudah para khalayak umum untuk mengakses informasi wisata di media sosial. Media sosial merupakan media daring atau online, yang bisa diakses oleh khalayak umum dan pengguna media sosial bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi yang bisa di lihat oleh orang lain. Media sosial adalah salah satu cara efektif untuk memperkenalkan informasi mengenai produk barang dan jasa.

Media sosial muncul dan merubah pola berkomunikasi di masyarakat saat ini. Komunikasi tidak terbatas oleh jarak, waktu dan ruang yang bisa terjadi dimana saja, kapan saja, dan tidak harus bertemu langsung dengan lawan bicaranya. Dengan hal tersebut membuat setiap individu mudah untuk berinteraksi satu sama dengan yang lain. Media sosial tentunya telah menghadirkan konten yang bervariasi mulai dari chat online, live streaming, forum diskusi online, yang didukung audio visual, gambar digital.

Indonesia merupakan salah satu negara kepulauan yang memiliki sumber daya alam yang sangat melimpah. Sumber daya alam tersebut bisa dimanfaatkan untuk berbagai hal yang mendatangkan keuntungan bagi negara dan masyarakat.

Salah satunya dimanfaatkan sebagai tempat wisata alam yang menarik dan diminati oleh masyarakat lokal maupun mancanegara. Destinasi wisata yang menarik dan promosi yang membuat masyarakat berminat bisa membuat perekonomian suatu tempat/daerah bisa meningkat.

Madura dikenal dengan sebutan pulau garam. Madura merupakan pulau yang termasuk Provinsi Jawa Timur. Pulau ini memiliki luas sekitar 5.168 km dan terbagi menjadi 4 kabupaten, yaitu Bangkalan, Sampang, pamekasan, Sumenep. Pulau ini dihuni oleh suku madura yang dikenal dengan karakter yang keras, clurit dengan tradisi carok. Madura memiliki potensi wisata yang berlimpah, mulai dari wisata alam seperti pantai, wisata religi, wisata budaya dan wisata kuliner (<https://placeandsee.com/id/wiki/pulau-madura> diakses 21 Mei 2021, 23.34 WIB)

Madura memiliki potensi daya tarik wisata yang menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Tempat wisata yang di kelola oleh Pemerintah Provinsi (Pemrov) Jawa Timur. 4 kabupaten yang berada di madura memiliki wisata dengan beragam keunikan, kekhasan, kebudayaan, dan ke indahan yang memukau dan memikat para wisatawan untuk berkunjung, baik wisatawan dalam negeri maupun mancanegara (<http://kominform.jatimprov.go.id./read/umum/45199> di akses 20 Mei 2021, 18.45 WIB)

Salah satu daya tarik yang bisa dijadikan wisata di madura dari sejarah dan budaya seperti karapan sapi, namun karapan sapi masih belum di kelola dan dikembangkan secara maksimal, sehingga pemanfaatannya belum dirasakan secara nyata bagi peningkatan ekonomi dan pendapatan masyarakat madura. Jika

dikelola baik bisa menjadikan karapan sapi menjadi destinasi wisata yang diminati oleh masyarakat di luar pulau madura ataupun mancanegara. (<http://kominfo.jatimprov.go.id./read/umum/45199> diakses 20 Mei 2021, 18.45 WIB)

Pada awal tahun 2021 terdapat penurunan jumlah wisatawan mancanegara ke Indonesia. Catatan Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan mancanegara pada bulan Februari 2021 sebesar 117.000 kunjungan atau turun sebesar 14,74% dibandingkan bulan Januari 2021 sebesar 137.230 kunjungan, sementara jika dibandingkan bulan Februari 2020 tercatat jumlah kunjungan sebanyak 872.765 kunjungan atau turun sebesar 86,59%. (<https://www.Kemendparekraf.go.id/statistik-wisatawan-mancanegara/statistik-kunjungan-wisatawan-mancanegara-2021> diakses 16 April 2021, 16.45 WIB)

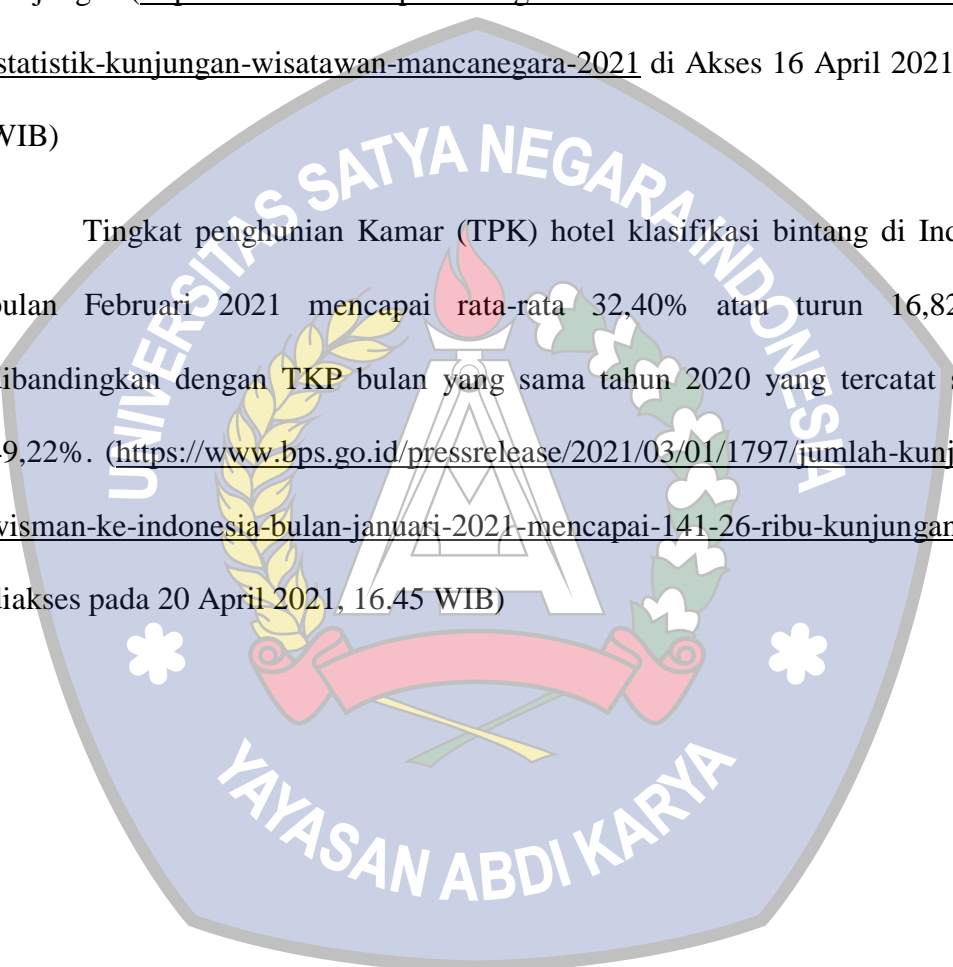


Gambar 1. 1 Statistik kunjungan wisatawan Mancanegara

Sumber: <https://www.Kemendparekraf.go.id/statistik-wisatawan-mancanegara/statistik-kunjungan-wisatawan-mancanegara-2021>

Secara kumulatif, pada periode Januari hingga Februari 2021, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara mencapai 254,23 ribu kunjungan atau turun sebesar 88,25% jika dibandingkan dengan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara pada periode yang sama tahun 2020 yang berjumlah 2,16 juta kunjungan. (<https://www.Kememparekraf.go.id/statistik-wisatawan-mancanegara/statistik-kunjungan-wisatawan-mancanegara-2021> di Akses 16 April 2021, 16.45 WIB)

Tingkat penghunian Kamar (TPK) hotel klasifikasi bintang di Indonesia bulan Februari 2021 mencapai rata-rata 32,40% atau turun 16,82 poin dibandingkan dengan TKP bulan yang sama tahun 2020 yang tercatat sebesar 49,22%. (<https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/03/01/1797/jumlah-kunjungan-wisman-ke-indonesia-bulan-januari-2021-mencapai-141-26-ribu-kunjungan.html> diakses pada 20 April 2021, 16.45 WIB)

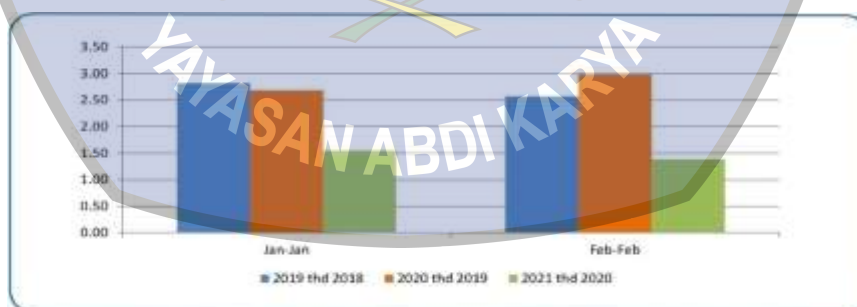


Pada Februari 2021 terjadi inflasi sebesar 0,10% dengan Indeks Harga

Tingkat Inflasi	2019	2020	2021
(1)	(2)	(3)	(4)
Februari	-0,08	0,28	0,10
Tahun Kalender (Januari-Februari)	0,24	0,66	0,36
Tahun ke Tahun (Februari tahun n terhadap Februari tahun n-1)	2,57	2,96	1,38

Konsumen (IHK) sebesar 106,06. Dari 90 kota IHK, 56 kota mengalami inflasi dan 34 kota mengalami deflasi. Inflasi tertinggi terjadi di Mamuju sebesar 1,12% dengan IHK sebesar 106,72 dan terendah terjadi di Tasikmalaya dan Sumenep masing-masing sebesar 0,02% dengan IHK masing-masing sebesar 103,88 dan 105,52. Sementara deflasi tertinggi terjadi di Gunungsitoli sebesar 1,55% dengan IHK sebesar 107,33 dan terendah terjadi di Malang dan Tarakan masing-masing sebesar 0,01% dengan IHK masing-masing sebesar 104,08 dan 104,27. (<https://nasional.kontan.co.id/news/bps-inflasi-februari-2021-sebesar-010-mom> diakses 20 April 2021, 16.45 WIB)

Gambar 1. 2 Tingkat Inflasi Bulanan, Tahun, Kalender, dan Tahun ke Tahun 2019-2021



Gambar 1. 3 Perbandingan Tingkat Inflasi Tahun ke Tahun 2019-2021

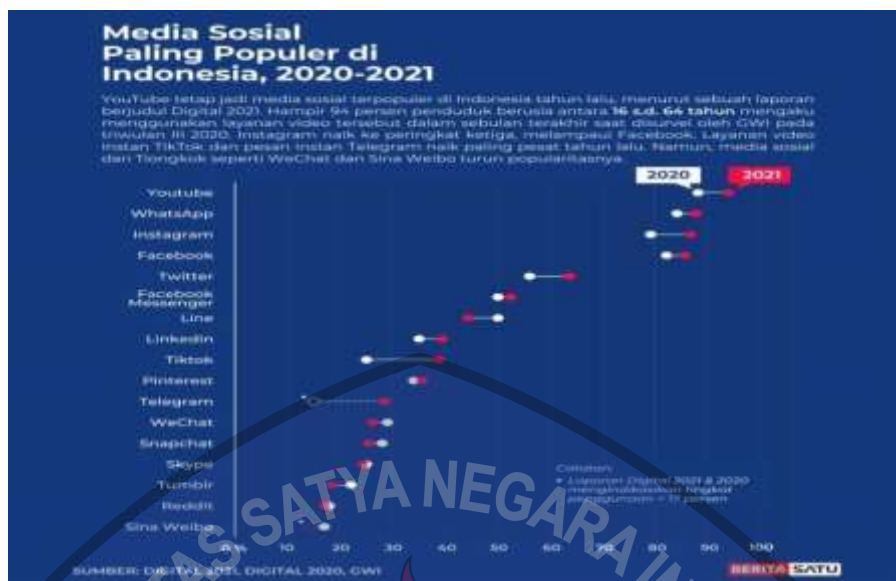
Sumber: <https://nasional.kontan.co.id/news/bps-inflasi-februari-2021-sebesar-010-mom>

Kurangnya informasi mengenai tempat pariwisata yang berada di madura membuat masyarakat tidak banyak mengetahui dan mengenal destinasi wisata yang berada di Madura. Dengan adanya media sosial yang dapat diakses melalui Handphone atau komputer. Dari media sosial instagram dengan mudah tempat pariwisata dapat diketahui oleh masyarakat mancanegara. Pengguna media sosial instagram setiap tahunnya selalu meningkat, dengan hal tersebut bisa dijadikan media sosial instagram menjadi tempat promosi pariwisata. Tujuan dengan promosi di media sosial instagram adalah memberikan informasi kepada masyarakat ataupun edukasi, khususnya masyarakat yang suka travelling bisa mendapatkan informasi terbaru tentang tempat pariwisata dan promosi yang ada.

Instagram adalah salah satu media sosial yang sangat diminati di Indonesia, di awal tahun 2021 instagram berada di peringkat 3 dengan keminatan 86,6%. Dengan ini membuktikan peran instagram cukup besar dalam penyampaian wisata. masyarakat bisa melihat terlebih dahulu destinasi wisata yang ingin dikunjungi melalui instagram. Adanya fitur *tagar* atau *hashtag* memudahkan masyarakat untuk mencari informasi seputar pariwisata yang ingin dikunjungi. Hal tersebut membuktikan bahwa instagram sangat efektif dalam mempromosikan potensi wisata di suatu daerah.

(<https://www.beritasatu.com/digital/733355/data-ini-media-sosial-paling>

[populerdi-indonesia-20202021](#) diakses 27 April 2021, 19.32 WIB)



Gambar 1. 4 Data Pengguna Media Sosial

Sumber: <https://www.beritasatu.com/digital/733355/data-ini-mediasosial-paling-populer-di-indonesia-20202021>

Media sosial instagram menjadi salah satu alternatif sebagai tempat untuk menginformasikan dan mempromosikan destinasi wisata yang berada di Madura, media sosial instagram menjadi tempat promosi yang mudah dilihat dan bisa di akses kapanpun oleh khalayak umum karena hampir 17 jam per bulan masyarakat Indonesia mengakses media sosial instagram.

(<https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/11320087/beberapa-lama-orang-indonesia-akses-internet-dan-medsos-setiap-hari> diakses 27 April 2021, 19.32 WIB)

Objek wisata di Madura tidak kalah menariknya dari tempat wisata di tempat lainnya. Namun masyarakat masih banyak yang belum mengunjungi dan mengekspos destinasi wisata di Madura. Di karenakan masih sedikit yang

mengetahui Wisata di Madura membuat jumlah kunjungan destinasi wisata di Madura masih sedikit. (<https://m.liputan6.com/surabaya/read/4022302/5-objek-wisata-tersembunyi-di-madura-yang-bikin-pengunjung-terkesima> diakses 21 Mei 2021, 23.13 WIB)

Media sosial instagram terdapat akun yang memberikan informasi tentang destinasi wisata di madura, kuliner makanan, lokasi destinasi wisata dan kegiatan yang ada di Madura. Akun media sosial instagram yaitu @exploremadura dan @wisata.madura. Akun instagram tersebut memberi informasi mengenai wisata madura melalui gambar atau foto yang sering disebut dengan *feed*. *Feed* instagram merupakan semua gambar atau foto yang terpampang di akun instagram agar gambar atau foto bisa di liat oleh khalayak umum. Tetapi informasi yang diberikan oleh 2 akun tersebut masih sedikit yang memberikan respon atau tanggapan seperti *like* ataupun komen di akun tersebut.



Gambar 1. 5 Profil Instagram @exploremadura

Sumber: Instagram @exploremadura

Informasi yang di berikan oleh Akun @exploremadura dengan pengikut sebanyak 37,6 ribu, akun ini sudah memposting *feed* sebanyak 2.209 (per-tanggal 31 Mei 2021) tentang wisata terbaru, lokasi wisata, kuliner makanan dan kegiatan yang berada di Madura. Informasi wisata dari akun @exploremadura terbilang cukup menarik minat masyarakat karena destinasi wisata yang diberikan cukup terbaru dan menarik, kuliner makanan yang banyak dan ada makanan yang khalayak umum jarang mengetahui seperti ancang, apen karanganyar, minsky, nasi kobel dan masih banyak lainnya. (Sumber: Akun Instagram @exploremadura di Akses 31 Mei 2021, 13.45 WIB)



Gambar 1. 6 Komentar Negatif di akun instagram

Sumber: Akun instagram @exploremadura



Gambar 1. 7 Komentar Negatif di akun instagram

Sumber: Akun instagram @exploremadura

Foto atau gambar yang di posting oleh @exploremadura sebanyak 2.209 terbilang sudah cukup memberitahukan Madura ke khalayak umum. Akan tetapi dari sebanyak 2.209 foto atau gambar yang di posting oleh akun instagram @exploremadura kurang mendapat respon dari pengikutnya. Yang memberikan *like* dan komen masih terbilang sangat sedikit dibandingkan dengan jumlah pengikutnya. *Like* yang diberikan masih bawah 500 *like* dari jumlah pengikut sebanyak 37,6 rb dengan jumlah *like* hanya di bawah dari 1000 *like* ini membuat informasi yang diberikan masih sedikit memiliki nilai respon dari pengguna

instagram ataupun pengikut akun instagram tersebut. Komen yang diberikan oleh pengikut akun tersebut juga masih sedikit, komen yang diberikan dibawah 200 komen, dan dari komen yang diberikan masih ada yang belum mengetahui destinasi ataupun memberikan komen negatif untuk fasilitas yang di sediakan. (Akun Instagram @exploremadura di Akses 31 Mei 2021, 13.45 WIB)

Akun instagram @exploremadura adalah akun instagram yang dibuat oleh orang yang berasal dari Madura dan memiliki ketertarikan mengekspos wisata di Madura. Akun instagram @exploremadura memberi informasi mengenai lokasi pariwisata yang berada di Madura, @exploremadura memuat berbagai macam keunikan budaya yang ada di Madura dengan tujuan agar masyarakat memahami mengenai apa saja yang menjadikan Madura terlihat berbeda dengan suku atau adat lainnya.



Gambar 1. 8 Profil Instagram @wisata.madura

Sumber: Instagram @wisata.madura

Selanjutnya, akun instagram @wisata.madura dengan pengikut sebanyak 8.511, akun ini memposting foto atau gambar sebanyak 1.516 (per-tanggal 31 Mei 2021) yang memberikan informasi mengenai lokasi wisata, kuliner, dan adat istiadat yang berada di Madura. Akun ini berisi konten yang berkaitan dengan keberagaman dan keindahan pariwisata serta budaya yang ada di Madura. (Sumber: Akun instagram @wisata.madura Akses pada 31 Mei 2021, 13.56 WIB)



Gambar 1. 9 Komentar negatif di akun @wisata.madura

Sumber: akun instagram @wisata.madura

Akun instagram @wisata.madura merepost postingan dari pengguna instagram yang mentag atau menandai foto kepada akun @wisata.madura. Agar meyakinkan masyarakat destinasi wisata di Madura cukup diminati oleh khalayak umum akan tetapi dari postingan foto atau video yang di upload oleh akun instagram @wisata.madura masih sedikit memiliki nilai respon dari pengguna instagram, dari jumlah *like* yang diberikan oleh pengguna ataupun pengikut di instagram masih *Like* yang diberikan masih bawah 500 *like* dari jumlah pengikut sebanyak 8.512rb dengan jumlah *like* hanya di bawah dari 1000 *like* ini membuat informasi yang diberikan masih sedikit memiliki nilai respon dari pengguna instagram ataupun pengikut akun instagram tersebut. Komen yang diberikan oleh pengikut akun tersebut juga masih sedikit, komen yang diberikan dibawah 200 komen, dan dari komen yang diberikan masih terbilang tidak menceritakan wisata tersebut dengan baik. (Akun instagram @wisata.madura Akses pada 31 Mei 2021, 13.56 WIB)

Akun instagram @exploremadura dan @wisata.madura dapat dijadikan salah satu referensi untuk mencari lokasi yang ada di Madura terutama pada wisatawan lokal maupun asing yang ingin berkunjung ke madura. Dengan

berbagai postingan seputar pariwisata, budaya, serta kuliner yang di upload dalam akun instagram @exploremadura dan @wisata.madura.

Di *Google* informasi tentang destinasi wisata di Madura sudah mulai meningkat dari destinasi wisata terbaru yang bisa menarik wisatawan mancanegara untuk berkunjung ke Madura tetapi informasi yang diberikan di *google* tidak sebanding dengan minat kunjung masyarakat, masih kurangnya minat kunjung untuk berwisata ke madura.

Dari *Agent travel* untuk *tour* lokasi ke madura sudah mulai tersedia, perjalanan yang diterima seperti tempat wisata yang terbaru dan tempat sejarah-sejarah dari madura, dan pemandu wisata yang ramah dan sopan selama *tour* berjalan. fasilitas yang tersedia seperti hotel, kendaraan yang nyaman, dan kuliner-kuliner yang tersedia.

Akan tetapi dengan adanya *agent travel*, *feedback* yang didapat dari masyarakat lokal dan mancanegara masih sedikit, seharusnya *agent travel* gencar dalam melakukan promosi di media sosial agar masyarakat lokal dan mancanegara lebih mengetahui lagi bila wisata di madura sudah ada *agent travel* yang tersedia untuk menemani pariwisata di madura.

Promosi-promosi dari pengelola tempat pariwisata tidak gencar dilakukan, para penyedia wisata tidak memanfaatkan media sosial dengan baik, sehingga wisata yang ada di Madura tidak berkembang masih hanya masyarakat daerah tersebut yang mengetahui wisata tersebut. Bila pengelola tempat wisata bisa memanfaatkan media sosial dengan baik bisa memperkembangkan promosi, promosi

tidak hanya dilakukan ditempat saja akan tetapi promosi bisa dilakukan di media sosial, masyarakat lebih sering menggunakan media sosial untuk mencari informasi bahkan mencari informasi mengenai pariwisata.

Komunikasi di pariwisata kurang efektif yang dilakukan oleh pengelola pariwisata yang berada di madura pada media sosial karena masyarakat masih belum mengetahui dan mengenal destinasi-destinasi yang ada sehingga destinasi yang ada di Madura kurang berkembang, kurang gencarnya promosi di media sosial dan konten-konten yang membahas destinasi wisata di Madura yang membuat wisata di Madura kurang di ketahui oleh masyarakat umum. Dengan hal tersebut masih tidak memunculkan minat berkunjung masyarakat, masih masyarakat daerah tersebut yang mengetahui wisata yang ada di Madura.

Diharapkan dengan adanya akun instagram @exploremadura dan @wisatamadura bisa memperkenalkan wisata yang di Madura dan masyarakat lebih banyak berkunjung dan Mengekspos Madura. *Agent travel* dan pengelola tempat wisata harus aktif dalam menggunakan media sosial seperti melakukan berbagai promosi di media sosial. Dengan hal tersebut bisa membuat Madura lebih terkenal di mancanegara. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui komunikasi pariwisata dari akun instagram @exploremadura dan @wisata.madura dalam penyampaian informasi agar menjadi daya tarik masyarakat untuk berkunjung ke Madura. Berdasarkan hal tersebut permasalahannya adalah komunikasi pariwisata dalam konten wisata madura pada *user account* di Media Sosial.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang, perumusan masalah dalam penelitian ini adalah

“ Bagaimana komunikasi pariwisata dalam konten wisata madura pada *user account* di Media Sosial.”

1.3 Tujuan Penelitian

Setiap penelitian yang dilakukan mempunyai tujuan, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui komunikasi pariwisata dalam konten wisata madura pada *user account* di Media Sosial.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan pengetahuan dalam bidang komunikasi, khususnya mengenai komunikasi pariwisata menggunakan analisis Etnografi virtual , penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan suatu kajian dari sudut pandang akademis sehingga dapat memberikan sebuah peran fungsional bagi perkembangan ilmu komunikasi itu sendiri.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan referensi kognitif bagi para praktisi untuk menemukan dan mengembangkan teori-teori, model-model, dan metode pengetahuan dalam memberikan kontribusi optimal dan kinerja yang optimal untuk meningkatkan komunikasi pariwisata dengan media sosial dalam memperkenalkan wisata-wisata yang berada di madura.

