

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Konteks Penelitian

Selama ini objek wisata di Indonesia mungkin hanya identik dengan Bali atau tempat-tempat wisata *mainstream* lainnya. Namun jika dikulik lebih jauh, Indonesia memiliki segudang potensi wisata, baik alam maupun budaya, yang terbentang luas. Jika potensi-potensi objek wisata tersembunyi ini dapat dikelola dengan baik dan dipromosikan dengan gencar, bukan tidak mungkin Indonesia akan dikenal sebagai salah satu negara dengan destinasi dan industri objek wisata yang menjanjikan. Menjawab kurangnya promosi potensi objek wisata tersebut, maka pemanfaatan media sosial, terutama instagram, mungkin bisa jadi pilihan. Layaknya facebook, twitter, path, atau media sosial sosial lainnya, instagram yang sudah tenar sejak beberapa tahun lalu, kini menjelma menjadi salah satu alat strategi marketing yang jitu dan digemari. Namun berbeda dengan facebook atau twitter yang kini sudah mulai usang atau path yang terlalu eksklusif, instagram masih berdiri kokoh dan semakin banyak diakses oleh berbagai kalangan. Cara pakai instagram yang tidak rumit dan mudah mengakses foto dengan hanya bermodal *hashtag*, semakin menambah keunggulan media sosial ini. Apalagi zaman sekarang, siapa yang tidak punya akun Instagram? Sosial media yang paling eksis untuk ajang pameran keeksistensian anak muda di bumi ini.

Berbicara mengenai instagram dan promosi wisata, jika kita cermati, banyak akun-akun instagram yang mempromosikan potensi wisata Indonesia. Akun-akun tersebut berasal dari orang-orang atau komunitas-komunitas yang mengaku sebagai pecinta alam atau *traveler*. Sebut saja akun yang telah menjadi fenomena saat ini adalah akun Indotravellers.co dengan *followers* 597.000 orang dan kebanyakan *followers*nya adalah kaum muda pecinta *travelling*. Namun sayangnya, akun-akun tersebut, promosi objek wisata tersebut, masih berasal dari masyarakat biasa atau komunitas tertentu dengan minimnya pelibatan pemerintah. Hal ini menurut saya adalah salah satu peluang yang sangat disia-siakan. Tren *travelling* di dalam maupun luar negeri tidak pernah surut, terutama di kalangan usia produktif. Salah satunya karena keindahan destinasi wisata banyak dibagikan melalui media sosial. Ini menjadi daya tarik bagi mereka yang belum mendatanginya. Namun, yang jadi masalah biasanya adalah minimnya informasi mendetail dari suatu tempat wisata, seperti transportasi dan perkiraan biaya yang dibutuhkan.

Instagram sebagai sosial media yang memberikan layanan mengunggah foto di era kekinian tentunya berperan besar dalam menginspirasi orang untuk melakukan kegiatan wisata. Tentunya dari akun instagram Indotravellers.co yang memposting kegiatan liburan yang epic, dan kemudian memancing orang lain juga untuk melakukan perjalanan wisata. Akun Indotravellers.co hadir menjadi sebuah referensi *travelling* di media sosial yang membantu para *traveller* atau pecinta alam. *Followers* Akun Indotravellers.co pun bertambah seiring waktu. Hanya dalam waktu tiga bulan, terkumpul 100.000 *followers* asli

dan bukan *fake account* dan masih terus bertambah setiap harinya. Bahkan, sebanyak 2000-3000 foto per hari di-upload dan di-tag ke @indotravellers dengan *hashtag* #indotravellers oleh pengguna Instagram lain. Harapannya, foto mereka dapat di *feature* oleh Indotravellers.co. Tawaran bisnis pun mulai berdatangan dari beberapa *local brand* dan *online shop* melalui iklan di akun Indotravellers.co

Akun Indotravellers.co dibuat dengan tujuan untuk memberikan wadah bagi para remaja untuk berekspresi dan berbagi pengalaman mereka berupa foto yang berisikan informasi dari tempat wisata tersebut dan membuatnya lebih di kenal oleh masyarakat dunia. Selain itu Indotravellers.co diharapkan bisa menyatukan para pecinta alam dan para *traveller* atau *blogger-blogger travelling* yang tersebar di seluruh Indonesia sehingga mereka memiliki tempat untuk berkumpul. Bentuknya sendiri adalah berupa foto yang dikirim oleh para pengikut akun ini dengan menggunakan *hashtag* #Indotravellers maka semua foto dari jutaan orang akan bisa dilihat oleh seluruh masyarakat dunia, untuk kemudian dipilih yang terbaik lalu diupload ke dalam akun Instagram Indotravellers.co dan selanjutnya diberi like dan komentar oleh akun-akun pengikut Indotravellers.co yang lain. Dengan adanya akun *travelling* Indotravellers.co ini, Saat sekarang ini banyak orang yang berlomba lomba ke tempat wisata yang lagi *hits*. Ekspektasi tinggi yang didapat dari sebuah foto, membuat para *traveller* semakin giat untuk mencapai lokasi tersebut dan akhirnya ini menjadi fenomena positif dari akun indotravellers yang telah menjadikan akun yang membuat masyarakat tertarik dengan objek wisata di

Indonesia dan semuanya tiba-tiba menjadi *traveller* dadakan. Motivasi *traveller* untuk melakukan perjalanan wisata pada dasarnya ada dua, dorongan yang berasal dari dalam diri sendiri atau disebut *push factor* atau ketertarikan sesuatu dari luar sana atau *pull factor*. Salah satu faktor yang menyebabkan munculnya faktor tersebut adalah karena ada inspirasi, dan inspirasi biasanya datang dari eksternal diri, atau dari luar. Bisa karena melihat teman lain berwisata, saudara, public figur, atau siapapun. Bicara *travelling*, piknik atau wisata, pasti tentang sebuah perjalanan yang menyenangkan. Piknik atau wisata adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, mendapatkan kebahagiaan, menemukan serta mempelajari keunikan daya tarik wisata untuk sementara waktu. Saat ini *travelling* tak bisa dilepaskan dari kegiatan berkomunikasi dan bermain “medsos” atau media sosial. Teknologi membuat jalan-jalan tak lagi sama seperti dahulu, orang menyadari bahwa sebuah perjalanan wisata yang bersifat personal sekalipun akan semakin bermakna ketika orang lain bisa tahu dan merasakan keindahan seperti yang kita alami. *Travelling*, wisata atau piknik bukan lagi perjalanan privasi, tapi untuk dibagi. Bagi banyak orang berwisata tidak lengkap dan belum berakhir jika belum ada jejaknya di media sosial. Ada kebahagiaan tambahan ketika berbagi pengalaman wisata. Itu artinya *travelling* kita menjadi lebih bermakna dan bermanfaat bagi orang lain.

Dinamika fenomena yang berkembang pada anak muda setiap jamannya tentunya selalu menghadirkan sesuatu yang unik. Termasuk perkembangan anak muda dalam berwisata ria. Piknik dijadikan anak muda *kekinian* sebagai

tolak ukur dari parameter kegaulan seseorang. Sehingga pada akhirnya hakekat wisata yang seharusnya bergerak menjadi fenomena sementara yang menjadi *hits*. Hanya dengan melihat trend dan *feed* dari akun Indotravellers.co yang membagikan foto dari berbagai sudut keindahan Indonesia, objek wisata di sekitar kita menjadi terkenal dan siap untuk menerima para *traveller-traveller* baru yang sedang mengejar eksistensinya. Fenomena ini tentunya positif terutama dalam meningkatkan sektor wisata.

Pada era informasi ini, semuanya menjadi serba yaitu serba murah, cepat, tepat, dan akurat. Perkembangan teknologi komunikasi menjadi tidak terpisahkan dalam kehidupan manusia. Ditambah perkembangan internet, media-media komunikasi menjadi erat dalam hubungan dengan manusianya. Manusia menjadi lebih mudah berhubungan satu dengan yang lain. Sosial media menjadi berkembang untuk menjawab kebutuhan tersebut dan mengakibatkan perubahan proses komunikasi antar manusia. Salah satunya adalah Instagram, Instagram sebagai salah satu media sosial muncul dengan memanfaatkan fitur kamera dalam *smartphone* yang kini menjadi hal yang wajar untuk dimiliki. Kini komunikasi menjadi komunikasi yang berbentuk simbol yang berupa gambar atau foto.

Akhir abad ke-20 dan memasuki abad ke-21 ditandai dengan perkembangan pesat teknologi informasi dan komunikasi. Untuk sebagian besar masyarakat di negara-negara berkembang, media adalah yang menyediakan informasi, *perspektif*, dan analisis yang memungkinkan mereka untuk memahami dunia mereka dan berperan serta sebagai bagian dari lingkungan mereka.

Sejak dahulu manusia mempunyai hasrat dan keinginan untuk mengenal dunia luar secara keseluruhan. Sebagaimana kalimat pertama pembuka mahakarya salah seorang filsuf terbesar dunia, Aristoteles, *Metaphysics*, yaitu “*All men by nature desire to know*” semua manusia secara alami mempunyai hasrat untuk mengetahui lantas secara alami pula, manusia mempunyai keinginan mendalam untuk bisa mengetahui realitas di luar dirinya termasuk kekayaan budaya nusantara maupun dunia. Layaknya penjelajahan dunia di masa lampau, meski tantangan saat itu lebih besar dan sulit, namun para penjelajah dunia rela meninggalkan keluarganya selama bertahun-tahun, menguasai ilmu kelautan untuk berlayar hingga bermil-mil jauhnya untuk menemukan benua atau daerah baru dan lebih dalam daripada itu, penjelajahan mereka lakukan demi mengentaskan hasratnya untuk mengetahui seluk beluk dunia dengan beragam kekayaan budayanya. Sebut saja Marcopolo yang melintasi perjalanan panjang dari Venesia hingga negeri Mongol, Ibnu Bhatuta yang menjelajah hingga 120.000 kilometer dan melintasi sekitar 44 negara di dunia hingga menghasilkan sebuah catatan ringkas tentang perjalanannya, dan para penjelajah lainnya.

Objek wisata Indonesia, bukan rahasia umum lagi menawarkan keindahan alam yang luar biasa. Bahkan sejak zaman Belanda, Eduard Douwes Dekker sudah menjuluki Indonesia sebagai zamrud khatulistiwa karena bentang alamnya yang hijau. Perairan Indonesia yang luas juga menjadikan Indonesia sebagai negara maritim dengan potensi alam bawah laut dan pantai yang tidak

ada habisnya. Tidak hanya alam, keanekaragaman budaya Indonesia juga terbentang dari Sabang sampai Merauke.

Di Indonesia saat ini, aktivitas penjelajahan wisata alam kian digandrungi. Hobi mendaki gunung mendadak populer dan menggaet banyak peminat, semakin tinggi dan semakin langka gunung yang didaki, semakin bangga hati ini. Pulau-pulau indah tak berpenghuni satu per satu ditemukan, pantai-pantai perawan pun mulai "diperawani", direnangi, dan diselami. Dan banyak lagi kegiatan penjelajahan yang menguk indahnyanya negeri ini. Didukung dengan maraknya media sosial kita bisa dengan mudah mengunggah foto-foto perjalanan tersebut. Akhirnya, terpaculah pula para pemuda untuk turut serta dalam pameran foto nyata di dunia maya. Bakat-bakat fotografi terpendam pun perlahan-lahan tergali. Namun sayangnya, segudang potensi objek wisata yang dimiliki oleh Indonesia belumlah mampu dikelola dan dimaksimalkan nilai jualnya dengan baik. Masih banyak potensi-potensi wisata, baik alam maupun budaya, yang belum tereksplorasi dan dikenal secara mancanegara.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian diatas, maka peneliti dapat memfokuskan penelitian pada **“Bagaimana Fenomena Akun Indotravellers.co Sebagai Referensi Travelling di Media Sosial.”**

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana makna Akun Indotravellers.co dikalangan mahasiswa fisip unpas.
2. Bagaimana tindakan *followers* akun Indotravellers.co di kalangan mahasiswa fisip unpas.
3. Bagaimana motif *followers* akun Indotravellers.co di kalangan mahasiswa fisip unpas.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui makna Akun Indotravellers.co dikalangan mahasiswa fisip unpas.
2. Untuk mengetahui tindakan followers Akun Indotravellers.co dikalangan mahasiswa fisip unpas.
3. Untuk mengetahui motif Followers akun Indotravellers.co dikalangan mahasiswa fisip unpas.

1.5 Kegunaan Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan suatu ilmu. Sesuai dengan tema yang diangkat, maka kegunaan penelitian ini terbagi menjadi dua golongan, yaitu kegunaan teoretis dan kegunaan praktis. Yang secara umum diharapkan mampu mendatangkan manfaat bagi pengembangan Ilmu Komunikasi.

1.5.1 Kegunaan Teoretis

Ilmu komunikasi merupakan bagian dari ilmu sosial dimana banyak permasalahan dalam komunikasi itu mempengaruhi kehidupan sosial seseorang bahkan orang banyak. Bahwa penelitian ini bisa menambah pengetahuan bagi orang banyak. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah variasi bahan kajian tentang fenomena akun indotravellers.co sebagai referensi travelling di media sosial dengan menggunakan teori fenomenologi di bidang Ilmu Komunikasi, serta memberikan kontribusi bagi penelitian komunikasi lain yang mengambil objek serupa.

1.5.2 Kegunaan Praktis

1. Untuk Peneliti

Penelitian ini berguna sebagai pengembangan ilmu komunikasi dan juga sebagai bahan pengalaman dan pengetahuan bagi peneliti.

2. Untuk Akademik

Penelitian ini berguna untuk mahasiswa secara umum dan mahasiswa Ilmu Komunikasi terutama untuk penelitian selanjutnya yang akan melakukan penelitian pada kajian yang sama.

3. Untuk masyarakat

Penelitian ini berguna bagi masyarakat umum untuk mengetahui tentang fenomena akun indotravellers.co

1.6 Kerangka Pemikiran

1.6.1 Kerangka Fenomenologi

Fenomena Akun Indotravellers.co dikalangan kaum muda pecinta alam dan para *traveller* merupakan suatu fenomena yang tampak, dimana akun tersebut gencar mempromosikan keunggulan objek-objek wisata dari berbagai daerah di Indonesia sehingga menarik bagi wisatawan. Akun Indotravellers.co membantu mengembangkan suatu spot wisata yang baru, dengan adanya akun Indotravellers.co dapat menggugah kesadaran masyarakat tentang wisata, tidak dipandang sebelah mata dan secara tidak langsung mengajak masyarakat untuk bisa mengunjungi ke objek wisata yang belum banyak diketahui. Pada akhirnya Fenomena akun Indotravellers.co sebagai referensi di media sosial menjadi sebuah Inspirasi *Traveller* dan menjadikan masyarakat tahu tentang wisata yang ada di Indonesia dan sekitar daerahnya, juga menjadi sebuah Trend dan Gaya Hidup bahwa kini travelling bukan lagi privasi tapi untuk di bagi untuk menunjukkan diri seseorang *eksis* dan mengikuti trend *travelling* dan membagikannya di media sosial instagram.

Panduan dasar dalam penelitian fenomena Indotravellers.co ini adalah teori fenomenologi. Fenomenologi merupakan cara yang digunakan manusia untuk memahami dunia melalui pengalaman langsung. Menurut **Schutz** dalam buku **Teknik Praktis Riset Komunikasi** karangan **Mulyana**, fenomenologi adalah:

Studi tentang pengetahuan yang datang dari kesadaran atau cara kita memahami sebuah objek atau peristiwa melalui pengalaman sadar tentang objek atau peristiwa tersebut. Sebuah fenomena adalah penampilan sebuah objek, peristiwa atau kondisi dalam persepsi seseorang, jadi bersifat subjektif. Bagi Schutz dan pemahaman kaum fenomenologis, tugas utama analisis fenomenologis adalah merekonstruksi dunia kehidupan manusia “sebenarnya” dalam bentuk yang mereka sendiri alami. Realitas dunia tersebut bersifat intersubjektif dalam arti bahwa sebagai anggota masyarakat berbagai persepsi dasar mengenai dunia yang mereka internalisasikan melalui sosialisasi dan memungkinkan mereka melakukan interaksi atau komunikasi. (2008:63)

Lebih lanjut, Schutz menjelaskan pengalaman inderawi sebenarnya tidak punya arti. Semua itu hanya ada begitu saja, objek-objeklah yang bermakna. Semua itu memiliki kegunaan-kegunaan, nama-nama, bagian-bagian, yang berbeda-beda, dan individu-individu itu memberi tanda tertentu mengenai sesuatu, misalnya menandai orang yang mengajar adalah seorang guru. Dengan demikikian fenomenologi menjadikan pengalaman nyata sebagai data pokok sebuah realitas.

Menurut Schutz, cara orang mengkonstruksikan makna dari luar atau dari arus utama pengalaman ialah melalui proestetifikasi. Dalam hal ini termaksud membentuk penggolongan atau klasifikasi dari pengalaman yang ada. Hubungan-hubungan makna diorganisir secara bersama-sama, juga melalui proestetifikasi, ke dalam apa yang Schutz namakan “kumpulan pengetahuan”. Kumpulan pengetahuan bukanlah pengetahuan tentang dunia, melainkan merupakan segala

kegunaan-kegunaan praktis dari dunia itu sendiri. Persoalan pokoknya disini adalah bahwa setelah perkembangan tahap tertentu, kumpulan pengetahuan tersebut yang telah ditipifikasikan, yang terdiri dari dunia saja, juga dimiliki bersama-sama orang lain. Setiap orang sama-sama memiliki pikiran/akal sehat, dunia yang diterima secara begitu saja, yang oleh Schutz (mengikuti Husserl) menyebutnya sebagai “live world”, yang merupakan dasar dari semua aktivitas-aktivitas sosial. Kemudian disusun dan mengubahnya dalam interaksi sosial lalu menurunkannya dari generasi ke generasi melalui proses sosialisasi yang dilakukan.

Penelitian fenomenologi justru berangkat dari perspektif filsafat, mengenai “apa” yang diamati, dan bagaimana cara mengamatinya. Adapun premis-premis dasar yang digunakan dalam penelitian fenomenologi seperti yang diungkapkan oleh **Kuswarno** dalam buku **Fenomenologi** adalah sebagai berikut :

- 1. Sebuah peristiwa akan berarti bagi mereka yang mengalaminya secara langsung.**
- 2. Pemahaman objektif dimediasi oleh pengalaman subjektif.**
- 3. Pengalaman manusia terdapat dalam struktur pengalaman itu sendiri. Tidak dikonstruksi oleh peneliti. (2009:58)**

Memahami metodologi fenomenologi, akan lebih jelas dengan mengikuti pemikiran dari Alfred Schutz. Schutz adalah orang pertama yang menerapkan fenomenologi dalam penelitian ilmu sosial. Selain itu, melalui Schutz-lah pemikiran-pemikiran Husserl yang dirasakan abstrak pada masa itu dapat dimengerti.

Inti dari pemikiran Schutz adalah bagaimana memahami tindakan sosial melalui penafsiran. Proses penafsiran dapat digunakan untuk memperjelas atau memeriksa makna yang sesungguhnya, sehingga dapat memberikan konsep

kepekaan yang implisit. Schutz meletakkan hakikat manusia dalam pengalaman subjektif, terutama ketika mengambil tindakan dan mengambil sikap terhadap dunia kehidupan sehari-hari.

Dalam hal ini, Schutz memahami segala pemahaman aktual kegiatan kita, dan pemberian makna terhadapnya, sehingga tercerminkan dalam tingkah laku. Schutz memiliki pandangan manusia adalah makhluk sosial, sehingga kesadaran akan dunia kehidupan sehari-hari adalah sebuah kesadaran sosial.

Menurut **Schutz** yang dikutip oleh **Kuswarno** dalam buku **Fenomenologi** menyatakan bahwa :

Tujuan utama fenomenologi adalah mempelajari bagaimana fenomena dialami dalam kesadaran, pikiran, dan dalam tindakan, seperti bagaimana fenomena tersebut bernilai atau diterima secara estetis. Fenomenologi mencoba mencari pemahaman bagaimana manusia mengkonstruksi makna dan konsep-konsep penting, dalam kerangka intersubjektivitas. Intersubjektif karena pemahaman kita mengenai dunia dibentuk oleh hubungan kita dengan orang lain. Walaupun makna yang kita ciptakan dapat ditelusuri dalam tindakan, karya, dan aktivitas yang kita lakukan, tetap saja ada peran orang lain di dalamnya.(2009:2)

Dari penjelasan diatas, dapat diketahui bahwa dalam konteks fenomenologis, Akun Indotravellers.co adalah orang yang melakukan tindakan sosial. Pada orang tersebut juga memiliki historisitas dan dapat dilihat dalam bentuk yang alami.

Dunia individu merupakan dunia intersubjektif dengan makna beragam, dan perasaan sebagai bagian dari kelompok. Manusia dituntut untuk saling memahami satu sama lain, dan bertindak dalam kenyataan yang sama. Dengan demikian ada penerimaan timbal balik, pemahaman atas dasar pengalaman bersama, dan tipikasi

atas dunia bersama. Melalui tipikasi inilah manusia belajar menyesuaikan diri ke dalam dunia yang lebih luas, dengan juga melihat diri kita sendiri sebagai orang yang memainkan peran dalam suatu tipikal.

Hubungan-hubungan sosial antar manusia ini kemudian membentuk totalitas masyarakat. Bagi Schutz, tindakan manusia adalah bagian dari posisinya dalam masyarakat sehingga tindakan seseorang itu bisa jadi hanya merupakan kamufase atau peniruan dari tindakan orang lain yang ada di sekelilingnya.

Schutz menyebut manusia yang berperilaku tersebut sebagai aktor. Bagi Schutz dan pemahaman kaum fenomenologis, tugas utama analisis fenomenologis adalah merekonstruksi dunia kehidupan “sebenarnya” dalam bentuk yang mereka alami sendiri. Realitas dunia tersebut bersifat intersubjektif dalam arti bahwa anggota masyarakat berbagi persepsi dasar mengenai dunia yang mereka internalisasikan melalui sosialisasi dan memungkinkan mereka melakukan komunikasi.

Dalam konteks fenomenologis dalam penelitian ini, Akun indotravellers.co adalah orang yang melakukan tindakan sosial bersama orang-orang lainnya sehingga memiliki kesamaan dan kebersamaan dalam ikatan makna intersubjektif.

Orang-orang tersebut memiliki historitas dalam bentuk yang alami. Mengikuti pemikiran Schutz yang disebutkan diatas bahwa akun indotravellers, sebagai orang yang mungkin memiliki salah satu dari dua motif, yaitu motif yang berorientasi ke masa depan dan juga motif berorientasi ke masa lalu.

Menurut **Kuswarno** dalam bukunya **Fenomenologi**, faktor prinsip dasar dan etika menjadi bagian yang perlu mendapat perhatian dalam melakukan penelitian fenomenologi, yakni:

1. **Membangun kesepakatan yang jelas dengan informan.**
2. **Mengenali dengan jelas, data yang harus dirahasiakan dan data yang dapat dipublikasi.**
3. **Membangun prosedur yang tepat agar tujuan, sifat alamiah, dan keperluan penelitian tergambar dengan jelas.**
4. **Menekankan kepada informan bahwa penelitian bisa jadi sangat luas, lama, dan tidak terbatas, dengan teknik pengumpulan data yang berganti-ganti. Misalnya menggunakan teknik pengumpulan wawancara dan mengisi kuesioner secara bergantian.**
5. **Mengijinkan informan untuk memberikan masukan dan ide, demi kenyamanan informan, dan kelengkapan data penelitian.**
6. **Mengijinkan informan untuk berhenti terlibat dalam penelitian, walaupun itu ditengah-tengah penelitian.**
7. **Menyediakan informasi yang lengkap mengenai tujuan dan sifat alamiah penelitian, termasuk jenis data yang dicari, dan cara pemilihan informan.**
8. **Menyediakan informasi selama proses pengolahan data. Jadi, informan juga memiliki akses terhadap data selama penelitian berlangsung. Tujuannya agar informan dapat memberikan koreksi dan tambahan terhadap data yang sedang diolah. Sehingga kesalahan atau bisa diminimalisasi.**
9. **Mempertimbangkan resiko-resiko yang mungkin dihadapi berkaitan dengan kesehatan fisik dan mental informan selama penelitian berlangsung. Misalnya dengan menyediakan fasilitas kesehatan bagi informan selama menjadi peserta penelitian.**
10. **Membuka diskusi selama penelitian berlangsung. Baik ketika perencanaan penelitian maupun ketika pengolahan data.**
11. **Tidak mempublikasikan informasi yang sifatnya rahasia dan pribadi dari informan, kecuali informan tersebut menghendaki untuk dipublikasikan. Cara dengan tidak menyebutkan nama secara langsung (hanya inisial atau nama samara).**

12. Menekankan pada informan, bahwa informasi yang mereka berikan sangat penting artinya bagi penelitian dan ilmu pengetahuan secara umum.
13. Selalu konfirmasi dengan informan, sehingga data tetap asli dan akurat (otentitas terjaga).
14. Memberikan alternatif data yang berhubungan dengan data yang diberikan informan, sebagai bahan referensi informan. (kuswarno, 2009:73).

Setiap tindakan yang dilakukan seseorang pasti memiliki motif tertentu yang melatar belakangi seseorang melakukan tindakan tersebut. Motif dapat menggambarkan keseluruhan tindakan yang dilakukan seseorang. Menurut **Schutz** ada dua fase untuk menggambarkan tindakan seseorang. Berikut yang dijelaskan **Kuswarno** dalam bukunya **Fenomenologi**, adalah sebagai berikut:

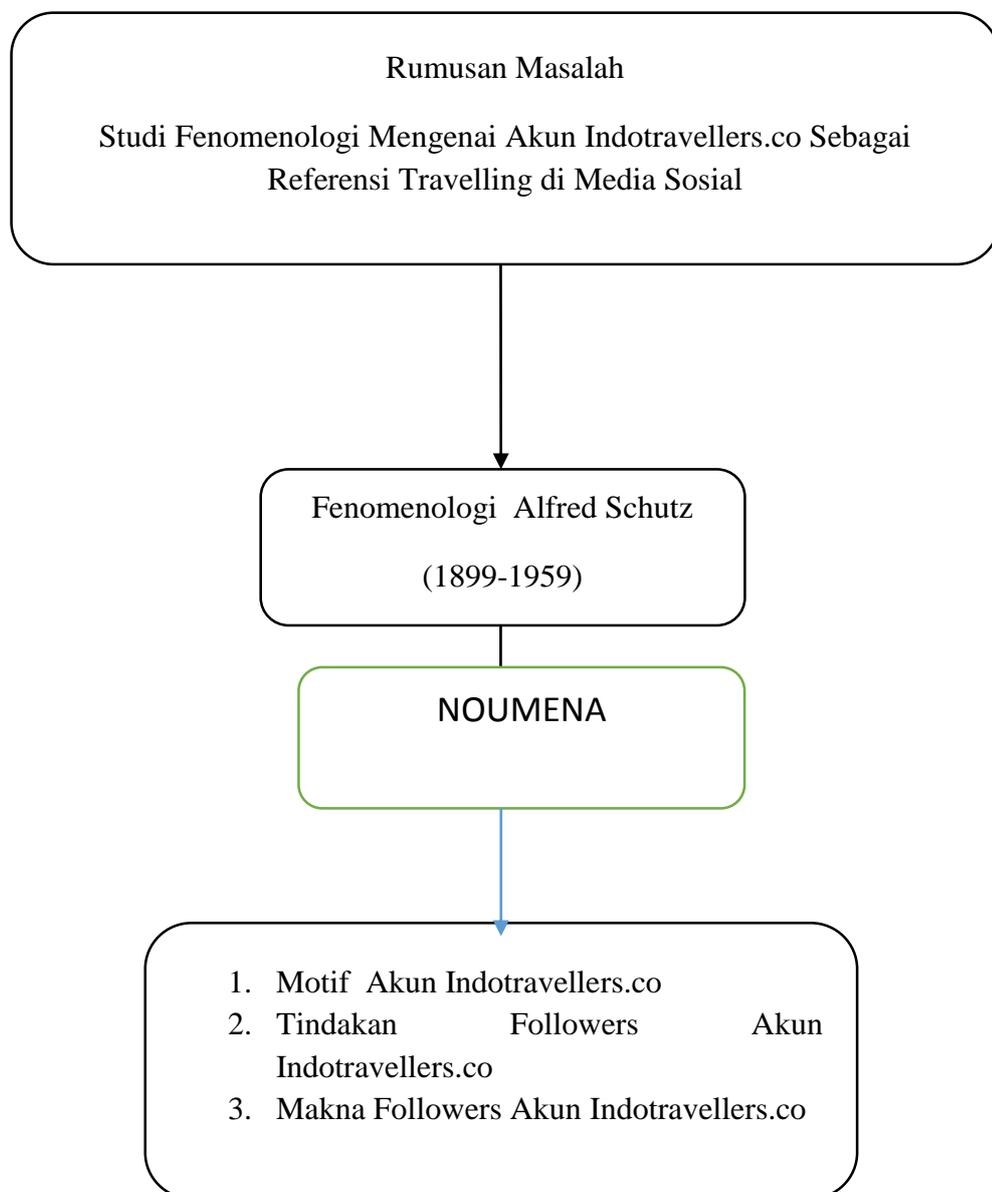
Dua fase yang diusulkan Schutz diberi nama tindakan *in order to motive (un zu motive)*, yang merujuk pada masa yang akan datang : dan tindakan *because motive (well motive)* yang merujuk pada masa lalu (2013:111)

Sesuai dengan yang di utarakan oleh teori di atas bahwa Fenomenologi merupakan sesuatu hal dialami dan disadari serta merupakan sebuah realitas yang dialami oleh para traveller dan pecinta alam atau tepatnya Followers Akun Indotravellers.co yang dimana mereka mempercayakan Akun Indotravellers.co untuk menjadikan Akun Indotravellers.co sebagai referensi travelling di media sosial instagram. Dalam konteks fenomenologi, para *followers* akun indotravellers.co adalah aktor yang melakukan tindakan, para aktor tersebut juga memiliki historis dan dapat di lihat dalam bentuk yang alami. Mengikuti pemikiran **Schutz**, *Followers* Akun indotravellers sebagai aktor mungkin memiliki salah satu bahkan kedua motif, yaitu motif yang berorientasi pada masa depan dan masa lalu.

Dari semua uraian diatas maka dapat digambarkan dalam bagan kerangka sebagai berikut:

Gambar 1.6

Bagan Kerangka Pemikiran



Sumber : Alfred Schutz, Peneliti dan Pembimbing 2016