

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Komunikasi di era modern kini semakin mudah dengan adanya teknologi. Teknologi berperan penting dalam dunia komunikasi. Teknologi baru yang semakin maju, internet semakin mudah diakses, aplikasi semakin banyak dan media sosial untuk berkomunikasi juga semakin beragam. Teknologi internet hingga pada saat ini pun masih terus berevolusi sehingga teknologi internet terus mengalami pembaruan dan dengan teknologi internet komunikasi dapat dijangkau dengan mudah walaupun dengan jarak yang jauh. Perkembangan internet yang terus mengalami pembaruan tersebut membuat internet digunakan sebagai kebutuhan komunikasi dan informasi penduduk. Salah satu pembaruan teknologi internet yang terbaru adalah media sosial. Media sosial adalah media yang sedang trend pada era digital ini. Media sosial digunakan sebagai sarana untuk berinteraksi, berkomunikasi, dan membangun jaringan melalui media online. Salah satu produk layanan yang lahir berkat adanya akses internet adalah jejaring sosial. Jejaring sosial seakan memperkuat kedudukan internet sebagai new media communication, dimana jarak seakan tidak lagi terlihat, informasi dan pesan bisa tersampaikan secara global dalam waktu singkat. Dengan kata lain, masing-masing penemuan media baru diharapkan dapat memperluas beberapa kemampuan dan kecakapan manusia (Nurdin,2012:25).

Dengan ini manusia lebih sering berkomunikasi melalui internet, karena memudahkan berinteraksi dan berkomunikasi yang tanpa batas, dengan kemudahan tersebut jutaan manusia dari seluruh belahan dunia berinteraksi menggunakan internet sehingga terbentuknya situs jejaring sosial. Pada awal kemunculannya, jejaring sosial merupakan sebuah layanan jaringan atau situs yang memfasilitasi jaringan sosial yang memiliki ketertarikan atau aktivitas yang sama. Sederhananya, perkembangan media baru (termasuk jejaring sosial) dapat ditunjukkan dengan munculnya masyarakat maya (virtual/cyber community), (Nurudin, 2012:41).

Salah satu dari sekian banyak media sosial itu adalah Instagram. Instagram merupakan sebuah aplikasi Microblogging yang mempunyai fungsi utama sebagai sarana mengunggah foto secara instan.

Instagram dikembangkan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger yang tergabung dalam perusahaan yang mereka kembangkan sendiri, Burbn, Inc. Awalnya di Indonesia kebanyakan orang menggunakan Instagram hanya sebatas untuk mengisi waktu luang, berbagi momen diri, bersosialisasi dengan teman atau keluarga dan mencari teman baru. Kemampuan media sosial sebagai layanan bertukar pesan antar penggunanya telah mengubah pola-pola interaksi individu dalam berkomunikasi. Dengan munculnya media baru, media tradisional seolah-olah mendapatkan pesaing baru dalam mendistribusikan berita. Instagram adalah satu media sosial yang fenomenal di tahun 2015. Diluncurkan pada tahun 2010, sebagai media komunikasi Instagram merupakan media berbasis foto/gambar pada cara kerjanya. Sehingga sistem komunikasi pada media sosial Instagram ini dengan

berbagi foto dengan teman kita di media tersebut dan menulis pesan melalui komentar pada foto yang diunggah. Seiring dengan berjalannya waktu, media-media sosial tersebut menjadi suatu kebutuhan masyarakat dan masyarakat saat ini tidak dapat lepas tanpa adanya media sosial. Menggunakan smartphone dan mengakses media sosial merupakan hal yang biasa di era digital ini. Bahkan disetiap kegiatan sehari-hari. Selain untuk komunikasi dan informasi, Masyarakat pun semakin memanfaatkan kegunaan teknologi smartphone untuk memenuhi kebutuhan eksistensi diri di media sosial. Sejak kemunculan instagram dan banyak masyarakat yang mengakses, serta menjadi pengguna aktif instagram. Akun-akun wisata, seperti @infogarut, @garutupdate, @garutturunankidul, @wisata_garut, dan masih banyak akun-akun wisata wilayah Garut yang banyak diikuti oleh masyarakat khususnya masyarakat domisili di Garut.

Salah satu kegunaan instagram sebagai media komunikasi dan informasi yaitu sebagai media referensi. Media referensi menggunakan teknologi komunikasi seperti menggunakan internet dan media sosial lain sebenarnya banyak. Sebagai contoh, media penelusuran google, media sosial seperti facebook atau twitter, dan website-website wisata khususnya wisata Garut. Namun, referensi-referensi tersebut tidak begitu mempengaruhi fenomena travelling masyarakat saat ini. Berbeda dengan sejak kemunculan Instagram foto-foto wisata menarik yang diunggah pengguna Instagram dapat mempengaruhi pengguna Instagram yang lain. Selain memunculkan fenomena traveling, wisata wisata di Garut semakin terexplore sejak kehadiran Instagram. Perubahan perilaku masyarakat terasa sejak kemunculan Instagram, banyak masyarakat yang mulai membanjiri wisata-wisata

di Garut termasuk mengexplore keindahan-keindahan tempat yang ada di Garut akhir akhir ini. Berwisata dalam kehidupan masyarakat termasuk kegiatan untuk melepas kejenuhan setelah menjalani rutinitasnya sehari-hari. Apalagi bagi mahasiswa, rutinitas kegiatan mahasiswa yang lebih sering disibukkan dengan tugas-tugas kuliah dan kegiatan organisasi kemahasiswaan membuat mahasiswa jenuh. Wisata menjadi salah satu cara bagi mahasiswa untuk menghilangkan kejenuhan-kejenuhan yang dirasakan mahasiswa dan berwisata menjadi agenda bagi setiap mahasiswa ketika liburan diakhir semester. Berdasarkan sumber Instagram Press Center, pengguna instagram terbanyak adalah remaja berusia 18 hingga 24 tahun sebanyak 34 % dan berusia 25-34 tahun sebanyak 33%. Sehingga pada pengguna instagram tertinggi adalah usia-usia mahasiswa.

Tabel 1.1

Data Pengguna Instagram berdasarkan Usia

%All Internet Users on Instagram	13%
Ages 18-29	27%
Ages 30-49	8.00%
Ages 50-64	6.00%
Ages 65+	4.00%

Sumber: Pew Internet dalam buku Instagram Traffic Flow : Loads of Traffic Without Spending Dime(Attasanto, 3:2015)

Kemunculan Instagram menimbulkan efek bagi individu atau kelompok dalam kehidupan sosial, yaitu dalam gaya hidup berwisata. Kemudahan teknologi komunikasi yang mudah sekarang membuat orang-orang mudah mengakses segala informasi dan teknologi komunikasi juga termasuk hal yang mudah ditemukan karena hampir semua orang dapat mengakses informasi melalui handphone. Kabupaten Garut salah satu kabupaten di Jawa Barat yang mempunyai potensi wisata dan budaya yang berlimpah.

Dilansir dari website Nusantara Explore, pertumbuhan pariwisata di Garut saat ini sangat meningkat dari jumlah sebelumnya 2,8 juta menjadi 3,1 juta kunjungan wisatawan. Garut adalah daerah yang kaya akan pesona alamnya, tidak menutup kemungkinan bahwa saat ini Garut menjadi daerah yang banyak dikunjungi oleh wisatawan. Garut sendiri saat ini memiliki banyak objek wisata yang unggul, objek wisata ini membuat wisatawan lokal maupun mancanegara tertarik untuk mendatangi objek wisata tersebut secara langsung. Para wisatawan tersebut biasanya mendatangi tempat-tempat seperti gunung, air panas, dan laut yang berada di bagian utara dan selatan Garut.

Ada beberapa objek wisata yang menjadi sorotan wisatawan lain seperti Sabda Alam, Darajat, Pantai Santolo, Pantai Sayang Heulang, Pantai Gumuk Pasir, Gunung Papandayan, Gunung Guntur, dan masih banyak lagi.

Jelajah Garut merupakan salah satu akun wisata di Garut dengan akun Instagram @jelajah_garut. Jelajah Garut berdiri sejak 20 Juni 2014, Jelajah Garut merupakan sebuah Entrepreneur Sosial, merupakan akun bisnis travel trip dengan menggunakan tim dari warga berdomisili daerah wisata tersebut. Akun

ini sering sekali mengunggah foto berbagai macam wisata di Garut, yang menarik perhatian bagi para pengikut akun instagram tersebut. Akun Instagram Jelajah Garut memiliki followers atau pengikut sebanyak 778.000 ribu orang. Setiap foto yang diunggah oleh akun instagramnya, selalu mendapatkan banyak like (suka) dan berbagai macam komentar. Hal ini membuat para pecinta dunia wisata mendapatkan banyak referensi dan inspirasi dalam melakukan sebuah perjalanan wisata di Garut.

Instagram digunakan sebagai sarana memberi informasi wisata sehingga terjadi komunikasi yang tidak hanya di dunia maya tetapi juga di dunia nyata. Fenomena tersebut juga sangat dekat dengan kegiatan sehari-hari penulis.

Jadi, apakah instagram benar-benar dapat menjadi media referensi wisata dan untuk mengetahui adanya motif, interaksi, dan makna yang dibuat oleh Mahasiswa dalam mencari referensi wisata pada Instagram.

Pendekatan penelitian ini adalah studi fenomenologi. Fenomenologi berusaha untuk mengungkap dan mempelajari serta memahami suatu fenomena beserta konteksnya yang khas dan unik yang dialami oleh individu hingga tataran keyakinan individu yang bersangkutan. Dengan demikian, dalam mempelajari dan memahaminya, haruslah berdasarkan sudut pandang paradigma dan keyakinan langsung dari individu yang bersangkutan sebagai subjek yang mengalami langsung. Dengan kata lain, penelitian fenomenologi berusaha untuk mencari arti secara psikologis dari suatu pengalaman individu terhadap suatu fenomena melalui penelitian yang mendalam dalam konteks kehidupan sehari-hari subjek yang diteliti. Disamping itu, dalam memahami

dan mempelajarinya haruslah didukung oleh persiapan yang matang dan komprehensif dari peneliti untuk mendapatkan kepercayaan penuh dari subjek yang diteliti, sehingga keterdekatan dapat diperoleh dan dapat mendukung penelitian.

Pendekatan ini banyak penjelasan pada taraf metasosiologis, sebagai upaya pemahaman pikiran manusia terhadap fenomena yang muncul dalam kesadarannya. Serta untuk memahami fenomena yang dialami oleh manusia dan dianggap sebagai entitas yang ada di dunia. Sehingga, fenomenologi tidak berusaha untuk mencari pendapat benar atau salah, tetapi untuk mereduksi kesaran manusia dalam memahami fenomena yang tampak dihadapannya. (Kuswarno, 2008:21)

Berdasarkan definisi diatas, fenomena yang dimaksud dalam penelitian ini adalah mengenai fakta, kenyataan atau keadaan yang bisa ketahui sepenuhnya, dipandang secara empiris pada kondisi interaksi kalangan muda penggunaan internet yang mereka lakukan, yang dalam hal ini adalah Instagram.

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang referensi wisata pada media Instagram dan Mahasiswi di Garut sebagai subjek penelitian. Peneliti ingin mengetahui motif, interaksi dan makna. Metodologi yang digunakan peneliti dalam penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif dengan fenomenologi menggunakan judul **“Penggunaan Instagram Sebagai Referensi Objek Wisata di Kota Garut (Studi Fenomenologi akun @jelajah_garut pada Mahasiswa Universitas Garut)**

1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan

1.2.1 Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada “Penggunaan Instagram Sebagai Referensi Wisata” dengan menggunakan studi fenomenologi pada Mahasiswa di Garut, dengan batasan apa motif, interaksi, dan makna dalam penggunaan Instagram sebagai referensi objek wisata garut pada kalangan Mahasiswa di Garut.

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

Adapun pertanyaan penelitian ialah sebagai berikut:

1. Bagaimana motif followers akun Jelajah Garut di kalangan Mahasiswa di Kota Garut.
2. Bagaimana Interaksi Sosial followers akun Jelajah Garut di kalangan Mahasiswa di Kota Garut.
3. Bagaimana makna Akun Jelajah Garut dikalangan Mahasiswa di Kota Garut.

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui makna Akun Jelajah Garut dikalangan mahasiswa Universitas Garut
2. Untuk mengetahui tindakan followers Akun Jelajah Garut dikalangan mahasiswa Universitas Garut
3. Untuk mengetahui motif Followers akun Jelajah Garut dikalangan mahasiswa Universitas Garut

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan suatu ilmu. Berkaitan dengan judul penelitian, maka penelitian ini menjadi kegunaan teoritis dan kegunaan praktis, yang secara umum mampu memberikan manfaat bagi pengembangan Ilmu Komunikasi khususnya pada bidang Jurnalistik. Adapun Kegunaan penelitian ini diharapkan sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

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.

2. Kegunaan Praktis

a. Untuk Peneliti

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

b. 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

c. Untuk masyarakat

Penelitian ini berguna bagi masyarakat umum untuk mengetahui tentang akun Jelajah Garut.