

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang**

Kehadiran sebuah media sosial, salah satu berkembangnya sebuah teknologi dalam bidang komunikasi ialah hal yang tidak asing dalam masyarakat Indonesia yang modern saat ini. Dulu pada umumnya terdapat teknologi yang hanya berfungsi sebagai mengirim pesan elektronik melalui *email* dan *chatting*. Namun, seiring berjalannya waktu terdapat media sosial yang membuat suatu jaringan baru seiring dengan berkembangnya zaman.

Sebuah media *online* atau media sosial yang mana pengguna memudahkan mereka dalam menciptakan dan berbagi konten atau informasi dan tersampaikan kepada orang lain. Media sosial ialah sebuah situs yang mana semua orang dapat mengaksesnya dengan cepat dan tidak ada batasnya, serta dapat langsung terhubung dengan teman-teman atau khalayak luas untuk berkomunikasi dan media sosial dapat digunakan dimana saja menggunakan *smartphone*.

Media sosial saat ini merupakan media yang sedang *trend* pada era digital ini. Salah satu media sosial yang menjadi sorotan saat ini adalah Instagram. Instagram ialah aplikasi bermacam fitur yang mengizinkan pengguna untuk mengunggah gambar, video, serta membagikan *caption* yang menarik untuk menarik reaksi dari banyak orang maupun pengguna lain. Setiap pesan yang

diunggah di media sosial Instagram baik foto maupun video dapat menjadi sebuah informasi bagi setiap orang yang melihatnya.

Seperti halnya unggahan wisata alam yang di unggah di akun media sosial, disadari atau tidak unggahan tersebut dapat memberikan informasi, menimbulkan daya tarik hingga pada tahap tindakan orang yang melihatnya. Mengunggah foto ataupun video dan menyebarkan informasi tentang pariwisata di Instagram menjadi peranan Instagram yang besar untuk pariwisata sendiri, banyak orang-orang yang ingin berlibur atau *traveller* yang sekarang ikut mulai berwisata setelah melihat unggahan di Instagram.

Pada fenomena ini berfungsi sebagai media yang menjembatani calon wisatawan dengan tempat wisata alam yang fotonya diunggah di media sosial Instagram. Untuk itu peneliti tertarik dan meneliti fenomena tersebut, yaitu bagaimana pengaruh media sosial instagram terhadap minat berkunjung pada tempat wisata alam. Penelitian dilakukan pada responden yang mengikuti akun Instagram wisata alam tersebut, yang telah atau ingin melakukan kunjungan wisata alam tersebut apakah unggahan akun tersebut mampu menarik para pengguna media sosial Instagram untuk melakukan suatu tindakan kembali berupa mengunjungi lokasi wisata alam tersebut, ataukah hanya sekedar menarik perhatian tanpa memberikan sebuah tindakan serta seberapa besar pengaruh unggahan akun tersebut terhadap tindakan pengunjung.

Provinsi Jawa Barat dan salah satu di Provinsi Jawa Barat yang mempunyai potensi wisata alam yaitu Kabupaten Bandung tepatnya di wilayah Bandung

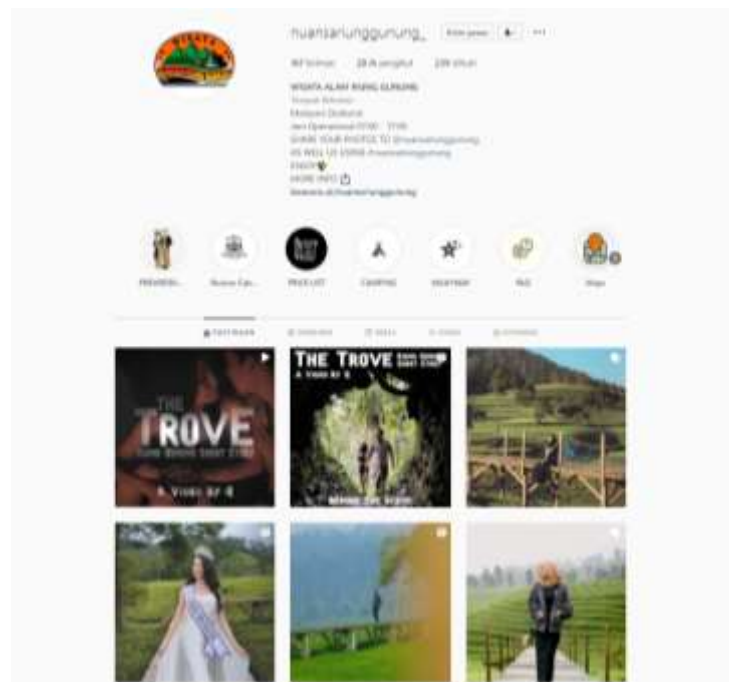
Selatan yaitu Pangalengan. Pangalengan dikenal dengan daerah pertanian, perternakan, perkebunan Teh Malabar dan pegunungan yang hijau menjadi daya tarik tersendiri. Potensi wisata alam di Pangalengan sangat beragam, seperti wisata pemandian air panas, *rafting* atau arung jeram, kemudian wisata camping, wisata hutan pinus dan tentu saja perkebunan teh Pangalengan. Saat ini, di Daerah Pangalengan banyak bermunculan objek wisata baru yang digemari akibat dari beredarnya unggahan-unggahan objek tersebut di media sosial. Unggahan yang beredar di media sosial awal mulanya berasal dari pengelola yang mengenalkan potensi objek yang dimiliki. Sekarang, banyak unggahan foto maupun video objek wisata baru yang diunggah oleh wisatawan atau pengguna Instagram dan langsung menjadi viral di media sosial.

Dari banyaknya tempat wisata alam yang ada di Pangalengan, wisata alam Nuansa Riung Gunung Pangalengan menjadi tempat fokus penelitian. Hal ini dikarenakan banyak tempat wisata alam di Pangalengan yang tersembunyi dan belum banyak orang – orang yang mengetahui dan kini sudah mulai banyak dikenal oleh banyak orang melalui unggahan di media sosial Instagram. Dan untuk melihat apakah unggahan yang mengenai wisata alam tersebut apakah dapat mempengaruhi *followersnya* dengan unggahan yang diunggah untuk menarik perhatian dan minat mereka dalam mengunjungi wisata alam tersebut.

Pihak wisata alam Nuansa Riung Gunung Pangalengan membuat suatu berbagai situs media sosial, salah satunya Instagram. Tujuan membuat akun Instragam tersebut agar dapat menjadi sarana komunikasi pemasaran efektif dan

untuk menarik perhatian dan minat berkunjung serta aktivitas yang ada di wisata alam Nuansa Riung Gunung Pangalengan.

Akun Instagram wisata alam Nuansa Riung Gunung dibuat oleh pak Aji selaku pengelola wisata alam Nuansa Riung Gunung Pangalengan pada bulan Januari tahun 2021. Pada saat ini *followers* atau pengikut akun @nuansariunggunung\_ sudah mencapai 20,100 ribu *followers* dengan unggahan sebanyak 167 termasuk foto dan video.



**Gambar 1.1** Profile akun Instagram @nuansariunggunung\_

Sejak awal didirikan di tahun 2021 Nuansa Riung Gunung Pangalengan memang memiliki konsep *instagramable*, jadi sudah tentu spot foto yang ditawarkan harus menarik minat pengunjung khususnya pengguna media sosial Instagram. Dengan latar pemandangan yang dikelilingi pegunungan serta kebun teh

yang hijau yang tampak sejuk dan indah sering dijuluki ‘Swiss-nya’ Bandung ditambah *Sky walk* atau jembatan kayu untuk berjalan menyusuri pesona kebun teh dari ketinggian, membuat wisatawan tertarik untuk berkunjung ke Nuansa Riung Gunung.



**Gambar 1.2** Nuansa Riung Gunung ([www.instagram.com](http://www.instagram.com))



**Gambar 1.3** Nuansa Riung Gunung ([www.instagram.com](http://www.instagram.com))



**Gambar 1.4** Nuansa Riung Gunung ([www.instagram.com](http://www.instagram.com))

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik melakukan penelitian untuk melihat pengaruh unggahan foto maupun video wisata alam di media sosial Instagram terhadap minat berkunjung. Oleh sebab itu, peneliti mengambil judul **“Pengaruh Media Instagram Terhadap Minat Berkunjung Nuansa Riung Gunung Pangalengan”**.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan maka identifikasi masalah pada penelitian ini adalah **“Seberapa Besar Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Berkunjung Nuansa Riung Gunung Pangalengan”**

### **1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

#### **1.3.1. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui besaran pengaruh unggahan foto wisata alam Nuansa Riung Gunung Pangalengan pada media sosial Instagram terhadap minat berkunjung.

#### **1.3.2. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan suatu ilmu berkaitan dengan judul penelitian. Kegunaan ini terbagi menjadi dua bagian yaitu **Kegunaan Teoritis** dan **Kegunaan Praktis** yang secara umum mampu memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi dan Perkembangan *New Media*.

##### **1.3.2.1. Kegunaan Teoritis**

Penelitian ini diharapkan berguna untuk membagikan masukan ataupun bahan perbandingan terhadap penelitian yang sejenis, maupun penelitian yang lebih luas paling utama pada bidang komunikasi khususnya komunikasi pemasaran.

##### **1.3.2.2. Kegunaan Praktis**

Ditinjau dari aspek praktis, penelitian ini diharapkan pengelola tempat wisata alam dapat memaksimalkan penggunaan Instagram sebagai media promosi agar dapat meningkatkan kunjungan wisata alam sekitar khususnya juga untuk tempat wisata alam Nuansa Riung Gunung Pangalengan.