

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Media sosial Instagram merupakan salah satu media sosial yang bisa dimanfaatkan sebagai plat-form yang memiliki peluang yang sangat besar untuk mempromosikan wisata, salah satunya melalui seperti yang dilakukan oleh akun Instagram @wisatakabupatenbandung. Akun Instagram @wisatakabupatenbandung merupakan sebuah akun komunitas explore di Instagram yang berisikan konten-konten berupa foto maupun video menarik yang ada di Kabupaten Bandung. Akun @wisatakabupatenbandung memiliki jumlah followers yang cukup banyak yaitu lebih dari 100 ribu followers, ini bisa menjadi peluang yang sangat besar dan cepat untuk mempromosikan tempat-tempat wisata yang ada dengan isi konten foto maupun video aesthetic kepada para pengikutnya.

Instagram merupakan sebuah aplikasi berbasis Android/IOS yang memungkinkan para penggunanya untuk mengabadikan moment baik foto maupun video untuk di bagikan kepada pengguna lainnya. Penggunaannya yang mudah membuat aplikasi sangat diminati oleh berbagai kalangan, baik dari usia muda maupun dewasa. Instagram sendiri telah menjadi salah satu sarana komunikasi dan informasi yang sering digunakan oleh orang dalam mencari informasi yang dibutuhkan. Tak sedikit juga orang-orang menggunakan Instagram hanya sekedar untuk mendokumentasikan kehidupan mereka sehari-hari mereka bahkan untuk dijadikan sabagai sarana untuk menuangkan kreativitas mereka dalam membuat sebuah konten, promosi, bahkan sebagai media iklan.(Afifah, 2021)

Berbicara mengenai Promosi, Kabupaten Bandung merupakan salah satu Kabupaten yang ada di Kota Bandung yang memiliki banyak potensi didalamnya. Tidak bisa dipungkiri bahwa Kabupaten Bandung terkenal akan lokasinya yang sangat strategis dan dikelilingi oleh banyak pegunungan. Udara nya yang masih sejuk dan asri membuat Kabupaten Bandung memiliki banyak potensi daerah wisata yang bisa dikembangkan.

Namun, berdasarkan riset yang telah dilakukan dari beberapa akun yang ada. Kurangnya media informasi pemerintah dalam menginformasikan sekaligus mempromosikan tempat-tempat wisata yang ada di Kabupaten Bandung membuat banyak pengunjung merasa minimnya informasi terbaru dari tempat-tempat wisata tersebut baik dari masalah tiket maupun jadwal buka. Sehingga berdasarkan fakta tersebut muncullah akun-akun yang memang berfokus sebagai media informasi dan promosi lokasi wisata yang ada di Kabupaten Bandung baik berupa konten-konten foto maupun video yang sangat membantu bagi para calon wisatawan.



Gambar 1.1 Logo Instagram @wisatakabupatenbandung

(Sumber : Feed Instagram @wisatakabupatenbandung)

Di awal kemunculannya Akun Instagram @wisatakabupatenbandung memiliki konten foto-foto lokasi wisata yang ada di Kabupaten Bandung saja. Kurangnya variasi jenis konten yang di upload membuat akun ini kurang dilirik oleh para pengguna

Instagram. Tak sedikit mereka hanya me repost video-video kiriman dari pengikutnya yang mengirimkan hasil karya video nya dengan cara menandai akun Instagram @wisatakabupatenbandung. Namun, dengan semakin berkembangnya sosial media saat ini bisa lebih variative lagi konten-konten yang ada di akun @wisatakabupatenbandung.

Hadirnya akun Instagram @wisatakabupatenbandung menjadi salah satu media saluran promosi baru untuk bisa lebih mengangkat berbagai potensi wisata yang ada di Kabupaten Bandung. Dengan semakin banyaknya para pengguna Instagram membuat semakin besar peluang yang ada untuk menarik para wisatawan yang akan berkunjung ke tempat-tempat wisata yang ada. Yang dari awalnya tidak tahu dengan Kabupaten Bandung menjadi lebih tahu mengenai tempat wisata nya. Mereka dapat mengetahui semua informasi yang ada melalui caption yang ditulis maupun lokasi yang disebutkan di konten-konten video reels yang di posting. Di era perkembangan globalisasi yang sangat pesat saat ini. Tidak bisa dipungkiri bahwa saat ini segala aspek kehidupan sangat dipengaruhi oleh adanya perkembangan teknologi, bahkan dengan adanya teknologi ini akan mempermudah segala aktivitas kehidupan manusia.

Terdapat beberapa wilayah di Kabupaten Bandung yang memiliki potensi sebagai daerah wisata, misalnya Ciwidey dan Pangalengan. Kedua daerah tersebut memiliki tempat-tempat wisata yang memiliki daya Tarik tersendiri bagi warga local maupun mancanegara. Adapun beberapa tempat wisata yang ada di Kabupaten Bandung yang menari untuk dikunjungi, yaitu : Ranca Upas, Pemandian Air Panas Ciwalini, Kawah Putih, Situ Patenggang, Kawah Rengganis, Kawah Wayang, Situ Cileunca, Nuansa

Riung Gunung, Wayang Windu, Rafting Bandung Gravity Adventure, Nimo Skybridge, dan masih banyak lagi. (Nabilla Tashandra, 2023)

Beragamnya tempat-tempat wisata yang ada di Kabupaten Bandung ini dapat menjadi peluang buat para pelaku bisnis di bidang pariwisata untuk bisa mengembangkan sekaligus memperkenalkan ke khalayak public mengenai objek wisata yang ada agar dapat semakin dikenal oleh banyak orang baik warga local maupun mancanegara. Pemanfaatan konten media sosial Instagram saat ini sangat memberikan kemudahan bagi para penggiat pariwisata untuk dapat melakukan promosi tempat-tempat destinasi wisata yang ada di daerah tersebut. Konten-konten yang kreatif dan menarik dapat menjadi daya Tarik untuk memunculkan rasa penasaran untuk datang langsung sekaligus merasakan vibes yang ada di tempat wisata tersebut.

Promosi pariwisata melalui media sosial menjadi cara yang bersifat baru dan dapat mendorong dalam perkembangan sebuah tempat wisata. Dengan adanya Instagram masyarakat bisa memanfaatkan media tersebut dengan membuat akun untuk mempromosikan wisata yang ada di daerah tersebut. Semua ini bisa membuat sebuah tempat wisata yang tadinya tidak dikenal oleh masyarakat umum, seiring dengan waktu berjalan maka akan terdengar dan membuat orang penasaran untuk bisa berkunjung ke tempat tersebut.

Semakin meningkatnya kebutuhan manusia sebagai makhluk sosial untuk bisa saling berkomunikasi satu sama lain. Dengan hadirnya teknologi saat ini bisa menjadi pilihan untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Salah satunya adalah dengan adanya media sosial. Banyak hal yang bisa ditemukan di sosial media dimulai dari informasi, hiburan, bahkan sebagai tempat bisnis. (Rizqi & Sofyan, 2023)

Pariwisata merupakan salah satu sektor penting dalam perekonomian daerah, termasuk di Kabupaten Bandung. Dengan potensi wisata yang beragam, mulai dari wisata alam, budaya, hingga kuliner, diperlukan strategi promosi yang efektif untuk meningkatkan daya tarik wisatawan. Di era digital, media sosial menjadi alat promosi yang sangat berpengaruh, salah satunya adalah Instagram.

Akun Instagram @wisatakabupatenbandung hadir sebagai sarana informasi dan promosi wisata di Kabupaten Bandung. Namun, efektivitas pemanfaatannya sebagai media promosi masih perlu diteliti lebih lanjut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana Instagram digunakan dalam strategi promosi pariwisata, bagaimana dampaknya terhadap minat wisatawan, serta sejauh mana interaksi dan keterlibatan pengguna dalam akun tersebut.

Melihat fenomena promosi pariwisata melalui media sosial Instagram, maka peneliti ingin menganalisis menggunakan teori The Circular model of SOME yang didalamnya mengidentifikasi masalah dalam penelitian ini terkait bagaimana tahap Share, Optimaze, Manage, dan Engage yang dilakukan akun Instagram @wisatakabupatenbandung.

Uraian diatas menjadi dasar penulis untuk mengangkat ini sebagai judul skripsi, penulis ingin mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial Instagram akun @wisatakabupatenbandung sebagai media promosi wisata.di Kabupaten Bandung (Studi Deskriptif Kualitatif mengenai penggunaan akun Instagram @wisataKabupatenbandung).

1.2. Fokus Penelitian/Pernyataan Masalah

1.2.1. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian diatas, peneliti memfokuskan penelitian berdasarkan “iBagaimana Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Sarana Media Promosi Wisata di Kabupaten Bandung (Studi Deskriptif Kualitatif terhadap followers akun Instagram @wisatakabupatenbandung).

1.2.2. Pertanyaan Penelitian

Mengacu pada focus penelitian di atas, peneliti merumuskan pertanyaan yaitu:

1. Bagaimana akun Instagram @wisatakabupatenbandung melakukan kegiatan *Share* dalam Upaya mempromosikan pariwisata melalui instagram ?
2. Bagaimana akun Instagram @wisatakabupatenbandung melakukan kegiatan *Optimize* dalam upaya mempromosikan pariwisata melalui instagram?
3. Bagaimana akun @wisatakabupatenbandung melakukan kegiatan *manage* dalam upaya mempromosikan pariwisata melalui instagram?
4. Bagaimana akun @wisatakabupatenbandung melakukan *Engage* dalam upaya mempromosikan pariwisata melalui instagram?

1.3.Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada uraian pertanyaan di atas, maka dapat dirumuskan tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui akun @wisatakabupatenbandung melakukan kegiatan *share* konten dalam upaya mempromosikan pariwisata

2. Untuk mengetahui akun Instagram @wisatakabupatenbandung dalam mengoptimalkan/*optimize* media sosial Instagram untuk mempromosikan pariwisata
3. Untuk mengetahui kegiatan *manage* yang dilakukan akun Instagram @wisatakabupatenbandung dalam melakukan promosi pariwisata
4. Untuk mengetahui *engage* yang dihasilkan akun Instagram @wisatakabupatenbandung dalam melakukan promosi pariwisata

1.3.2. Kegunaan Penelitian

1.3.2.1. Kegunaan Teoritis

- 1) Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menjadi salah satu bahan masukan pemikiran dalam menambah wawasan pengetahuan mengenai bidang kajian Ilmu Komunikasi khususnya mengenai bidang kajian Hubungan Masyarakat (Humas) terutama mengenai Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Media Promosi Wisata di Kabupaten Bandung.
- 2) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian ilmu Komunikasi khususnya dapat dijadikan dasar pengembangan penelitian serupa dan sebagai informasi terhadap pihak lain di masa mendatang.
- 3) Penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu sumber Pustaka pada penelitian yang berkaitan dengan prodi Ilmu Komunikasi

1.3.2.2. Kegunaan Praktis

- 1) Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan masukan dan pemikiran bagi peneliti yang lainnya terutama mengenai pemanfaatan media sosial Instagram sebagai sarana media promosi wisata.

- 2) Dapat dijadikan sebagai bahan literatur baru bagi para peneliti dalam melakukan penelitian lanjutan mengenai permasalahan sejenis.
- 3) Hasil penelitian dapat dijadikan bahan evaluasi bagi khalayak umum dalam mempromosikan pariwisata melalui media sosial Instagram.