

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Beragam media sosial kini semakin berkembang dengan adanya media baru. Perkembangan media sosial ini didukung dengan semakin pesatnya jumlah pengguna media sosial di masyarakat. Menurut laman (tekno.kompas.com, 2018) diakses 18/12 : 14.51. Indonesia tercatat sebagai pengguna media sosial ke 3 di dunia sebelum Philipina dan Brazil. Dari data tersebut diketahui bahwa 120 juta masyarakat Indonesia menggunakan *smartphone* untuk mengakses internet. Bahkan dalam waktu seminggu, masyarakat Indonesia dapat berselancar di media sosial sebanyak 37 persen.

Kemudahan dalam mengakses internet menjadi daya tarik tersendiri dalam menggunakan media sosial. Adanya media sosial pengguna dapat dengan mudah menyebarkan informasi melalui akun yang dimiliki. Masyarakat dapat mengetahui berbagai informasi dengan cepat tanpa harus menunggu berita secara langsung dari siaran televisi maupun berita dari media cetak. Diketahui dari 1 pengguna email dapat memiliki beberapa akun media sosial. Facebook, twitter, instagram, youtube menjadi salah satu media sosial yang aktif digunakan di Indonesia.

John Vivian (2008) dalam (Nasrullah, 2014) menjelaskan bahwa keberadaan media baru seperti internet bisa melampaui pola penyebaran pesan media tradisional; sifat internet yang bisa berinteraksi mengaburkan batas geografis, kapasitas interaksi dan yang terpenting bisa dilakukan secara *real time*.

Berwisata menjadi ajang untuk dapat merefleksikan diri dari penat kegiatan sehari – hari. Mengeksplor tempat unik dan menarik menjadi gaya postingan yang banyak diminati pengguna media sosial saat ini. Oleh sebab itu, objek wisata sering menjadi tempat berburu gambar dan video yang kemudian diunggah di media sosial.

Instagram merupakan media sosial dengan beragam fitur yang dimiliki. *Fitur* instagram diterapkan oleh pemilik akun untuk memberikan sebuah informasi berupa foto, video disertai filter dan *caption* menarik untuk memperjelas isi dari postingan.

Indonesia terdiri dari berbagai macam pulau yang tersebar dari sabang sampai merauke. Salah satunya adalah Pulau Madura yang terletak di Jawa Timur. Pulau Madura memiliki 4 kabupaten kota yakni Bangkalan, Sampang, Pamekasan dan Sumenep. Dengan karakteristik budaya yang sama, namun ke empat kabupaten ini memiliki pesona wisata yang berbeda – beda. Pulau Madura sedikitnya memiliki 32 objek wisata yang layak dikunjungi menurut (jatim.tribunnews.com, 2017) diakses 15/1 : 10.23 yakni, Kabupaten Bangkalan dengan wisata religi seperti Makam Syaichona Cholil dan Makam Rato Ebu. Wisata pantai Siring Kemuning, wisata kuliner seperti aneka masakan bebek, kuliner nasi khas Nasi Serpang dan Topak Ladeh. Selain itu, Taman Pendidikan Mangrove dan wisata alam seperti wisata Bukit Jeddih dan Bukit Geger. Kabupaten Sampang memiliki Pantai Camplong, Pulau Mandangin, Makam Madegan, Waduk Klampis, Air Terjun Toroan, Wisata Rimba Monyet Nepah Raden Segoro, Goa Lebar, dan Bukti Masegit. Kabupaten Pamekasan, wisata legendaris Api Tak Kunjung Padam, Air Terjun Durbagan, Pantai Jumiang, Rawa Mangunan, Pantai Talang Siring, Vihara Avalokisvera dan kuliner Nasi Jhajan. Sementara Kabupaten Sumenep menonjol diwisata pantai seperti Pantai Gili Labak, Pantai Gili Genting, Pantai Gili Iyang, Pantai Sembilan, Pantai Lombang, Pantai Slopeng dan Pantai Ambunten.

Dikenal dengan kota religi, Kabupaten Bangkalan memiliki beberapa destinasi wisata religi seperti Makam Rato Ebu, Makam Syaikhona Kholil serta makam Raden Pragalbo. Dengan dikenalnya Bangkalan sebagai kota religi, juga didukung dengan adanya *tagline* Bangkalan Kota Zikir dan Bersholawat. Semakin memperjelas bahwasannya Bangkalan juga dikenal sebagai kota santri. Namun disisi lain, Bangkalan juga mulai dikenal dengan kepemilikan destinasi wisata baru yang banyak menyebutnya sebagai surganya Pulau Madura karena keindahannya. Wisata Bukit Kapur Arosbaya menjadi destinasi baru yang ada di Kabupaten Bangkalan. Menurut H. Abdullah selaku pemilik salah satu lahan, wisata Bukit Kapur Arosbaya mulai dikenal ketika ada salah satu wartawan memposting foto berlatar belakang batu ke media sosial yang menjadi *viral* dan kini disebut sebagai wisata Bukit Kapur Arosbaya (*Limestone Hill of Bangkalan*).

Bukit Kapur Arosbaya menjadi destinasi wisata alam yang ada di Dusun Plebunan Barat Berbeluk Kecamatan Arosbaya. Pemandangan alam yang dengan tidak sengaja terbentuk akibat aktifitas warga setempat berupa penambangan batu yang dilakukan bertahun tahun tanpa disadari. Bekas dari penambangan batu inilah yang meninggalkan jejak gundukan batu yang menyerupai tebing sehingga menimbulkan sebuah keindahan alami. Oleh sebab itu tidak heran ketika warga Dusun Plebunan Barat memiliki pekerjaan sebagai pemahat batu nisan atau sebagai penjual tanal badel. Aktifitas yang dilakukan di Bukit Kapur, menjadi salah satu sumber mata pencarian warga setempat selain bekerja di pasar.



Gambar 1.1 Foto penambang batu wisata Bukit Kapur Arosbaya
(Sumber instagram by @agstnsbayu)

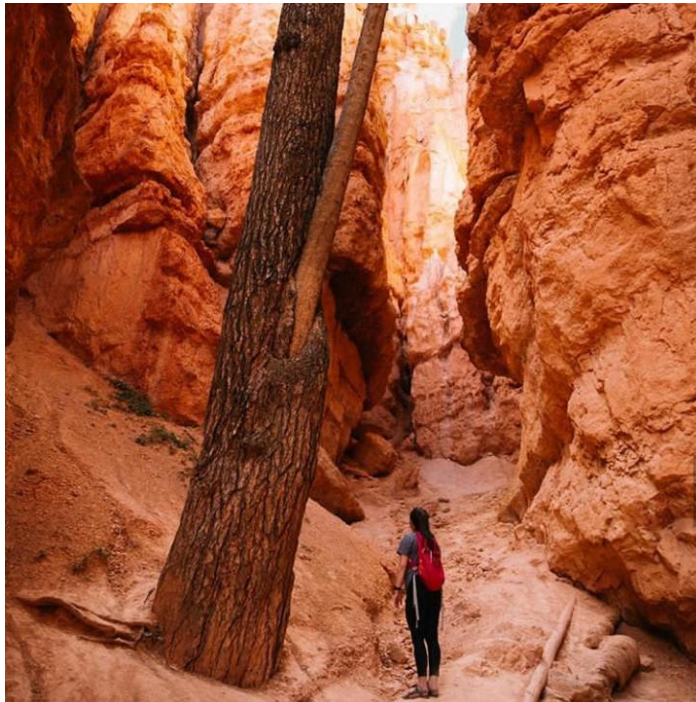
Terletak di salah satu desa yang ada di Kecamatan Arosbaya, Dusun Plebunan terbilang cukup jauh untuk dapat akses menuju kota. Dengan begitu, kearifan lokal yang masih terjaga hingga saat ini dapat dilihat dari aktifitas alami masyarakat yang masih bekerja sebagai penambang batu. Selain itu, sikap ramah dan sopan santun

dapat dilihat ketika berkunjung ke Dusun Plebunan yang masih menggunakan bahasa *enggi buntan* dalam berkomunikasi. Kearifan lokal Desa Buduran patut diapresiasi sebagai salah satu identitas bangsa Indonesia yang masih terjaga di jaman modern ini.

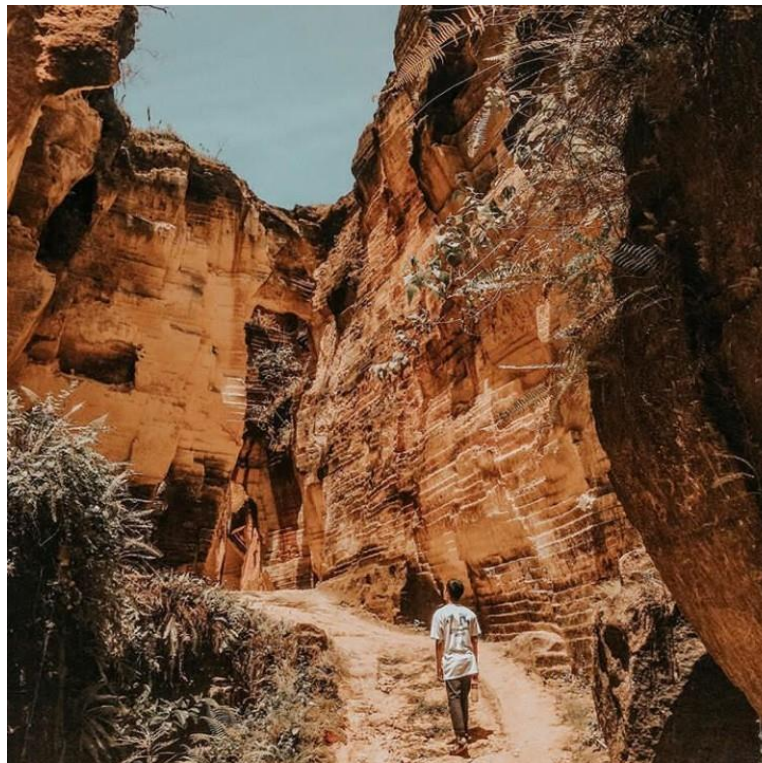
Dikenal pada tahun 2012, Bukit Kapur Arosbaya hingga saat ini selalu dikunjungi wisatawan. Bukan hanya wisatawan lokal, namun wisatawan asing juga pernah mengunjungi Bukit Kapur Arosbaya. Keindahan panorama batu berlatar warna coklat dan akan lebih mempesona ketika pantulan sinar matahari masuk ke lorong batu sehingga menambah keindahan alami terjadi. Keadaan inilah yang menjadi daya tarik wisatawan untuk mengunjungi Bukit Kapur Arosbaya yang berjarak kurang lebih 18km dari pusat Kota Bangkalan.

Pengunjung Bukit Kapur Arosbaya tidak selalu dalam kondisi ramai setiap saat. Berdasarkan keterangan dari H. Zam penjaga pintu masuk, pendapatan untuk hari – hari biasa sekitar 300 ribu. Namun berbeda ketika libur nasional seperti libur hari raya atau tahun baru, pendapatan bisa mencapai 5 juta dalam sehari. Hal ini diperoleh dari tarif masuk wisata sebesar sebesar 5 ribu/orang. Pendapatan ini diluar pendapatan hasil parkir yang ditarif 5 ribu untuk sepeda motor dan 20 ribu untuk mobil.

Kecenderungan masyarakat yang cukup melek media menghadirkan sebuah aktifitas baru untuk dapat eksis di media sosial. Postingan foto berlatar belakang tebing yang dilakukan oleh seorang wartawan menjadi awal mula dikenalnya Bukit Kapur Arosbaya. Dari *postingan* inilah, wisata Bukit Kapur Arosbaya menjadi ramai dikunjungi dan dijadikan sebagai objek wisata. Keindahan bekas pahatan batu ini tidak kalah menarik dengan wisata *Grand Canyon National Park* yang terletak di Arizona Amerika Serikat.



Gambar 1.2 Wisata Grand Canyon National Park
(Sumber instagram by @saltywandes)



Gambar 1.3 Wisata Bukit Kapur Arosbaya
(Sumber instagram by @novanandre)

Dikenal melalui media sosial, Bukit Kapur Arosbaya mulai dikenal oleh wisatawan. Instagram sebagai salah satu media yang membantu dalam penyebaran informasi. Dilengkapi dengan *fitur* foto, video, *tag location* serta *caption*, instagram mempermudah wisatawan untuk berkunjung. Berbeda dengan media sosial lainnya seperti facebook dan twitter, media sosial instagram lebih memfokuskan pada unggahan gambar yang mana ketika mengakses *profile* suatu akun, akan diperlihatkan dengan *feed* instagram yang menarik sehingga membuat pengguna lainnya tertarik untuk melakukan hal yang sama.

Panorama yang tercipta dari keindahan Bukit Kapur Arosbaya layak untuk dijadikan sebagai referensi wisata baru di Bangkalan selain wisata religi. Sebuah referensi baru bagi wisatawan dalam berwisata di kabupaten Bangkalan. Selain itu, wisata Bukit Kapur Arosbaya sebagai objek wisata diharapkan dapat mengubah perekonomian warga setempat dan memperkenalkan budaya asli dari Dusun Plebunan yang kental dengan kearifan lokalnya.

Sejak dikenal pada tahun 2015, hingga saat ini belum ada promosi secara langsung yang dilakukan oleh pemerintah daerah setempat. Menurut warga sekitar, wisata Bukit Kapur Arosbaya dikelola langsung oleh pemilik lahan tanpa ada kerja sama dengan pemerintah. Bersama warga setempat pemilik lahan mengatur dan memperbaiki tempat wisata agar wisatawan semakin tertarik mengunjungi wisata Bukit Kapur Arosbaya.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis ingin mengetahui peran media sosial khususnya instagram yang dilakukan masyarakat dalam promosi wisata Bukit Kapur Arosbaya dengan judul penelitian **Peran Media Sosial Instagram sebagai Sumber Referensi Pariwisata Bukit Kapur Arosbaya Madura.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah, bagaimana peran media sosial instagram sebagai sumber referensi pariwisata Bukit Kapur Arosbaya Madura?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui peran media sosial instagram sebagai sumber referensi pariwisata Bukit Kapur Arosbaya Madura.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil yang ingin dicapai dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai wawasan dan pemahaman baru bagi penulis serta menjadi aplikasi pengetahuan yang telah diperoleh selama menjalani masa perkuliahan.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan penulis dapat mengetahui dan paham pentingnya peran media sosial instagram sebagai sumber referensi pariwisata Bukit Kapur Arosbaya Madura.