

BAB

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi di zaman era milenial saat ini pertumbuhan informasi melaju sangat pesat. Apalagi ketika ini banyak bermunculan platform digital yang mempermudah dalam memperoleh informasi yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari. Informasi menjadi kebutuhan yang harus dipenuhi masyarakat di era modern saat ini, dimana segala informasi mudah diakses melalui berbagai macam media sehingga mampu diakses dimanapun dan kapanpun. Perkembangan semakin cepat membantu masyarakat dalam mendapatkan informasi dengan mudah, dengan adanya informasi masyarakat bisa memahami, mengerti dan mengetahui hal yang terjadi disekitarnya dalam keseharian masyarakat.

Tidak bisa dipungkiri jika informasi menjadi kebutuhan dalam kehidupan sehari-hari dengan begitu kita bisa mengetahui kejadian yang sedang terjadi disekitar kita. Apalagi saat ini dengan kecanggihan teknologi masyarakat bisa memanfaatkan dengan mudah. Kemajuan teknologi menciptakan kemudahan yang bermanfaat untuk masyarakat dalam mengakses segala bentuk informasi hanya dengan sentuhan jari. Teknologi tentu bukan tentang alat tetapi berkaitan erat dengan pemahaman dan pemanfaatan. (Surokim, 2017: 51)

Perkembangan teknologi informasi serta internet membawa akibat positif bagi kehidupan masyarakat karena jangkauan informasi lebih luas. Media online juga mempunyai kemudahan dalam memberikan informasi, media online juga berperan penting dalam menyebarkan informasi. Jaringan internet terus ada sebagai bentuk komunikasi antara individu dan komputer (Severin dan Tankard, 2011:6). Saat ini informasi dengan mudah didapatkan apalagi sekarang ini sudah semua digital bisa mengakses informasi dari berbagai media. Media online menjadi sarana dalam menyampaikan informasi mengenai kejadian yang sedang terjadi disekitar, yang mampu diakses dimanapun dan memberikan kemudahan terhadap penggunaannya. Hal ini disebabkan manjunya perkembangan pengetahuan dan teknologi yang terjadi dalam masyarakat dan mampu mempengaruhi masyarakat sebagai penggunaannya.

Media online adalah media baru yang berkomunikasi memanfaatkan perangkat internet (Suryawati, 2011:46). Dengan perkembangan yang sangat pesat menghadirkan media baru. Tentunya media lama akan tergeser dengan adanya keberadaan media baru yang berevolusi dari media lama menjadi media baru. Situs berita online menjadi situs yang

menyediakan informasi mengenai informasi dibidang sosial, ekonomi, pariwisata dan budaya (Hadi: 2008:128). Seiring dengan perkembangan zaman serta kecanggihan alat komunikasi internet menjadi kebutuhan primer bagi masyarakat yang sering kali haus akan informasi.

Perkembangan teknologi informasi membawa dampak positif hal ini ditandai dengan adanya niat baik selalu ada hal buruk yang terjadi. Maka untuk itu bersama masyarakat berdiskusi mengenai penggunaan handphone dan media sosial agar perkembangannya dapat dimanfaatkan dengan baik.(Surokim, 2017: 2)

Secara umum media adalah suatu alat perantara atau pengantar yang berfungsi untuk menyalurkan pesan atau informasi dari sumber kepada penerima pesan. Media massa merupakan alat yang digunakan untuk melakukan komunikasi secara massa. Secara teoritis, Sibur (2006, 112- 114)menyatakan bahwa media massa bertujuan menyampaikan informasi dengan benar secara efektif dan efisien. Pengaruh media tidak berhenti sampai pada mempertahankan citra yang sudah dimiliki khalayak. Media massa mencerminkan citra khalayak dan khalayak memproyeksikan citranya pada penyajian media massa.(Surokim, 2015: 22). Media sebagai perantara komunikasi yang dilakukan pada khalayak ramai, menggunakan media online dan media cetak.

Media merupakan sebuah industri yang berubah dan berkembang yang menciptakan lapangan kerja, barang dan jasa serta menghidupkan industri lainnya yang terkait. Media juga merupakan industri tersendiri yang memiliki peraturan serta norma-norma yang menghubungkan institusi sosial lainnya. Di lain pihak, institusi media diatur oleh masyarakat. (McQuail, 2011:3) . Media terdiri dari 3 macam yaitu media cetak, media elektronik dan media online. Dalam buku jurnalistik online oleh Romli mengatakan bahwa media online adalah media generasi ketiga setelah media cetak seperti koran, tabloid, dsb- dan media elektronik yaitu radio, televisi.

Media online adalah produk jurnalistik yang berisikan informasi mengenai peristiwa yang disalurkan melalui media online. Dalam komunikasi massa, media online ialah objek dari komunikasi massa melalui teori new media sehingga membentuk akan permintaan akses kapan saja dan dimana saja pada setiap waktu. Pada setiap produk digital dapat umpan balik mengenai interaksi, partisipasi, kreatif dan pembentukan komunitas mengenai konten media dalam aspek generasi muda (Romli, 2012:30).

Pesatnya perkembangan teknologi komunikasi memaksa media untuk memantapkan posisinya sendiri agar tetap bertahan. Internet berkembang pesat seiring dengan perkembangan teknologi informasi. Inovasi dan kreativitas tidak lagi berada di tangan kelompok profesional yang dibayar oleh perusahaan media, tetapi bersifat spontan, terbuka

untuk semua orang dan dimana saja. (Siregar, 2010: 130). Penggunaan teknologi menggerakkan media online karena audiens media online telah bertumbuh secara signifikan. Dibanding dengan media lain, industri media online dikatakan memiliki potensi paling besar karena luasnya jaringan internet dengan berbagai pilihan akses untuk perangkat mobile.

Dengan kata lain Media online mempunyai perbedaan yang signifikan dengan media cetak maupun media elektronik meskipun mempunyai tujuan yang sama dalam menyampaikan informasi. Menurut Suryawati (2011: 69) berita adalah laporan yang berisikan informasi yang terbaru atau aktual, bersifat penting, dan menarik perhatian untuk diketahui publik, yang mencerminkan karya jurnalistik wartawan. Oleh karena itu, media cetak dan media elektronik berlomba-lomba membuat situs berita online untuk memenuhi permintaan khalayak akan berita, dengan begitu eksistensi media tersebut tetap terjaga.

Media online mempermudah bagi khalayak untuk mengakses berita. Media online di era saat ini telah menjadi kebutuhan masyarakat. Apalagi, generasi milenial tidak bisa lepas dari teknologi dan juga perangkat telepon pintar mereka dalam kesehariannya. Hal tersebut diutarakan staf ahli menkominfo Henri Subiakto. Beliau menuturkan jika, teknologi pada masa sekarang ini ibarat perpanjangan dari hidup manusia. Pasalnya menurut Henri, generasi milenial seperti tidak bisa hidup tanpa teknologi atau perangkat seperti HP di tangannya. Henri mengatakan, semua kabar apalagi yang menjadi topik yang sedang tren. Berasal dari media online ataupun media sosial dan bukan dari media massa seperti televisi. "Kalau dulu massa communication, kalau sekarang komunikasi yang menjangkau banyak orang melalui self to self," ujarnya. Menurut Henri, banyaknya orang yang mengakses berita dari media online dikarenakan kecepatan yang dimiliki media online dan tidak dimiliki oleh media cetak ataupun televisi. https://kominfo.go.id/content/detail/10580/kominfo-media-online-sudah-jadi-kebutuhan-masyarakat/0/sorotan_media.

Perkembangan pariwisata di Indonesia sekarang semakin pesat pariwisata menjadi sektor yang begitu menjanjikan dan memberikan manfaat kepada banyak pihak mulai dari pemerintah sampai masyarakat. Pariwisata berasal dari 2 kata yaitu pari dan wisata pari dapat diartikan sebagai banyak berkali-kali berputar-putar atau lengkap sedangkan wisata dapat diartikan sebagai Sebagai perjalanan atau berpergian. Atas dasar itu maka pariwisata dapat juga diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar dari satu tempat ke tempat yang lain dalam bahasa Inggris disebut istilah Tour (Youti, 1991.:103)

Pariwisata Merupakan sektor yang ikut berperan penting dalam usaha peningkatan pendapatan di Indonesia Indonesia merupakan negara yang memiliki banyak keindahan dan keanekaragaman sebab itu banyak pariwisata yang dimiliki di Indonesia. banyak sekali

pariwisata yang dikelola oleh masyarakat maupun oleh pemerintah. sejauh ini pariwisata menjadi sektor paling penting dalam keberlangsungan kehidupan masyarakat karena masyarakat dapat berjualan di tempat wisata disebut.

Dengan dengan mempromosikan pariwisata dapat menarik wisatawan datang untuk berkunjung dan itu dapat mempengaruhi pendapatan masyarakat, masyarakat dapat memperoleh pendapatan dari penjualan. Internet sebagai sarana penyebaran iklan dan promosi memiliki banyak keunggulan dibandingkan dengan media massa lainnya. Media internet dengan sifatnya yang luas dan tidak terbatas oleh ruang dan waktu menyebabkan internet menjadi alternatif utama dalam Digitalisasi Pariwisata Madura (Syamsul Arifin), penyebaran konten budaya lokal. Internet memberikan fasilitas yang kompleks dalam dunia pemasaran suatu produk, mulai dari target konsumen khusus, pesan khusus, kemampuan interaktif, akses informasi, kreativitas, ekspos luas dan kecepatannya, (Morrisan, 2010).

Majunya industri pariwisata suatu daerah biasanya sangat bergantung kepada jumlah wisatawan datang karena itu itu harus dijunjung dalam meningkatkan pemanfaatan daerah, tujuan wisata sehingga industri pariwisata yang akan berkembang dengan baik. Banyak sekali pariwisata yang tidak berkembang hal itu disebabkan karena kurangnya sarana dan prasarana yang dimiliki oleh tempat wisata disebut, pariwisata menjadi ikon sebuah daerah dengan begitu masyarakat pemerintah harus lebih peduli kepada pariwisata agar dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan sehingga nantinya berpengaruh terhadap pendapatan yang akan diperoleh masyarakat sebagai penunjang kebutuhan ekonomi.

Pariwisata adalah salah satu komoditas yang saat ini banyak dibicarakan oleh masyarakat. Saat mendengar karapan sapi, nama madura langsung melejit. Bagi masyarakat madura, pemasaran pariwisata sudah menjadi bagian dari pengembangan pariwisata bahkan dapat meningkatkan pendapatan lokal dan keluarga masyarakat madura. Padahal pariwisata madura kaya dengan wisata alam, wisata budaya, dan wisata buatan dikabupaten Bangkala, Sampang, Pamekasan dan Sumenep. Setelah Suramadu, madura menjadi tujuan wisata bagi orang luar dan akses kesuramadu berdampak positif bagi perkembangan ekonomi masyarakat madura yang nantinya akan berpengaruh pada sektor pendapatan masyarakat madura. Jembatan suramadu telah menjadi media transkomunikasi dalam hal perubahan pendidikan, ekonomi, sosial dan budaya masyarakat madura (Surokim, 2015: 181).

Karakteristik masyarakat madura yang sebagai pedagang membuat masyarakat berinisiatif mengelola tempat wisata secara perorangan atau kelompok. Banyak sekali tempat wisata yang berada di madura yang kurang mendapatkan perhatian dari pemerintah sehingga banyak tempat wisata yang dikelola masyarakat. Dengan mempromosikan pariwisata melalui

media online dapat membantu meningkatkan pendapatan masyarakat melalui jumlah wisatawan yang berkunjung sehingga nantinya masyarakat merasakan dampak positif dari adanya promosi pariwisata. Keunggulan dari mempromosikan pariwisata dengan media online dapat memperkenalkan tempat wisata tersebut sehingga banyak wisatawan yang berkunjung sehingga mempermudah dan mempromosikan wisata tersebut.

Sangat minim, sudah ada beberapa media online yang mengangkat mengenai konten pariwisata seperti portal madura. Jarang media yang mengangkat konten pariwisata murni sebab kurang menarik jika hanya mengangkat konten pariwisata dimadura dengan pariwisata di Jawa Timur lebih beragam pariwisatanya. Media online dimadura mempunyai ciri khas masing-masing. Karakteristik masyarakat madura dalam percepatan informasi sangat kurang, Informasi yang dikirim melalui link whatsapp saja hanya dilihat dari judulnya saja, judul juga mempengaruhi masyarakat untuk membaca. Tidak hanya pada judul informasi saja sebagai acuan dalam ketertarikan masyarakat dalam membaca, isi konten atau isi informasi yang disampaikan harus jelas dan valid.

Citra pariwisata di Madura masih kalah dengan budaya carok dimadura yang dikenal masyarakat luas sehingga tidak heran jika banyak masyarakat yang mendeskripsikan masyarakat madura dengan kekerasan. Anggapan jika masyarakat madura mempunyai karakteristik keras karena budaya yang dilakukan turun-temurun oleh masyarakat. Terlepas itu banyak potensi budaya yang dikenal masyarakat luas, seperti wisata religi, Wisata alamnya. Selain terkenal dengan budaya carok, pulau Madura juga terkenal akan budaya religinya dimana budaya religi ini banyak dikunjungi masyarakat. Wisata religi yang terkenal berada di kabupaten Bangkalan dimana wisata religi tersebut bernama Syaikhona Kholil yang menjadi ikon religi kota Bangkalan. Wisata Alam yang terkenal di pulau Madura yaitu batu kapur caddih, pantai siring, pemandian potre koneng dan masih banyak lainnya (Syamsul, Arifin 2017).

Masyarakat madura dikenal sebagai etnik yang terbelakang, kekerasan sebagai jalan dari segala permasalahannya infrastruktur yang tidak memadai, minimnya pendidikan, emosional dan meledak-ledak. Untuk memanfaatkan kesempatan dan menjadi tuan rumah yang baik bagi tamu yang berkunjung ke pulau madura. Situasi ini memunculkan ide-ide untuk membangun masyarakat madura dengan keterbukaan positif untuk menerima segala yang baru sebagai sarana bersaing di dunia yang lebih luas. Sehingga dampak positifnya nanti berpengaruh di bidang ekonomi, sosial, budaya dan pariwisata yang baik (Syamsul Arifin, 2015: 57).

Banyak tempat wisata yang berada di Madura. Daerah yang berada di utara Jawa Timur ini banyak memiliki tempat wisata pantai yang menjadi ciri khas dari Madura. Tidak hanya wisata pantainya saja, Madura juga terkenal wisata religi yang sudah terkenal secara regional maupun nasional. Pariwisata di Madura banyak menyuguhkan keindahan alam yang dimiliki oleh Madura. Pariwisata sebagai penyumbang pendapatan ekonomi masyarakat. Pengelolaan pariwisata sudah tergolong modern karena dipublikasikan melalui media sehingga banyak wisatawan dari luar Madura yang berkunjung datang untuk berwisata.

Masyarakat Madura belum mampu beradaptasi dengan teknologi saat ini, masyarakat Madura selama ini dikenal memiliki sikap lugas dan tegas juga berwatak keras. Namun, masyarakat Madura masih melakukan tradisi untuk taat pada tokoh agama dan pemimpin lokal. Di Madura Kia lebih ditaati dari pada pemimpin formal. Tradisi taat pada Kia ataupun tokoh agama sudah dilakukan secara turun-temurun sebagai bentuk mengormati pada pemuka agamanya. Fenomena ini membuat informasi yang akan disampaikan harus melalui kiyai dan tokoh masyarakat. Perubahan melalui internet ini masih membutuhkan waktu adaptasi sehingga masyarakat Madura bisa bergerak menuju independent.

Media online di Madura sangat dinamis bahkan sangat pesat seiring dengan perkembangan digital arus percepatan informasi menjadi pesat, maka dari itu banyak media online yang tersebar di Madura. Banyak sekali masyarakat di Madura yang mengabaikan informasi di media online, sebab itu masyarakat Madura terbelah dalam memperoleh informasi dikarenakan masyarakat Madura acuh terhadap informasi yang sedang terjadi. Dalam perkembangan informasi kurangnya membaca juga membuat masyarakat Madura menjadi orang yang kurang akan informasi. Perkembangan media online hanya terjadi Sampang dan Pamekasan, Bangkalan dan Sumenep menjadi daerah yang kurang berkembangnya media online di Madura hal itu disebabkan karena masyarakat lebih mendengarkan informasi dari mulut ke mulut dibandingkan mencari atau membaca informasi tersebut dari media online. Masyarakat Madura mengandalkan informasi dari mulut ke mulut karena lebih efektif dan lebih cepat penyebarannya.

Media online di Madura lebih banyak dikonsumsi oleh generasi milenial hal itu disebabkan karena gampang mencari informasi di media online dan kecepatan serta dapat dibaca dimanapun dan kapanpun tetapi masyarakat Madura sebagian kurang gemar membaca hal ini dibuktikan dengan media online lebih banyak berkembang di daerah Sampang dan Pamekasan. Karakter dari masyarakat Madura yaitu dalam percepatan informasi sangat kurang informasi yang dikirim melalui Whatsapp atau media lainnya hanya lihat hal ini

membuat masyarakat madura menjadi masyarakat yang acuh terhadap perkembangan informasi.

Masyarakat madura sejatinya memegang teguh budaya dan adat istiadat yang berlaku sehingga masyarakat madura lebih menghormati dan mendengarkan apa yang dikatakan kyai sebagai tokoh agama atau sebagai pemimpinnya yang dimana sudah dilakukan secara turun–temurun. Sehingga jika ada informasi dikomunikasikan melalui pemuka agama sebagai orang yang dihormati dan sebagai perantara adanya informasi kepada masyarakat. Dengan adanya media online dimana informasi hadir melalui internet sehingga informasi menyebar secara cepat. Hal tersebut berkaitan dengan adanya media, media hadir membawa perubahan pada masyarakat madura.

Media hadir sebagai salah satu fasilitas yang dapat digunakan untuk membangun cara berfikir dinamis dan tetap berpijak pada nilai luhur yang dimiliki setiap masyarakat terutama masyarakat madura yang mengedepankan serorang kyai, sangat memungkinkan untuk membangun masyarakatnya kerah yang lebih baik (Surokimm, 2017: 27). Budaya Madura dari Bangkalan, sampan, pamekasan sumenep bahkan hingga kepulauan yang ada di Madura dapat dipublikasikan di media sebagai bentuk perwujudan media baru. Percepatan arus informasi yang tanpa batas dan waktu. Perkembangan budaya Madura yang mampu menarik perhatian wisatawan manca negara.

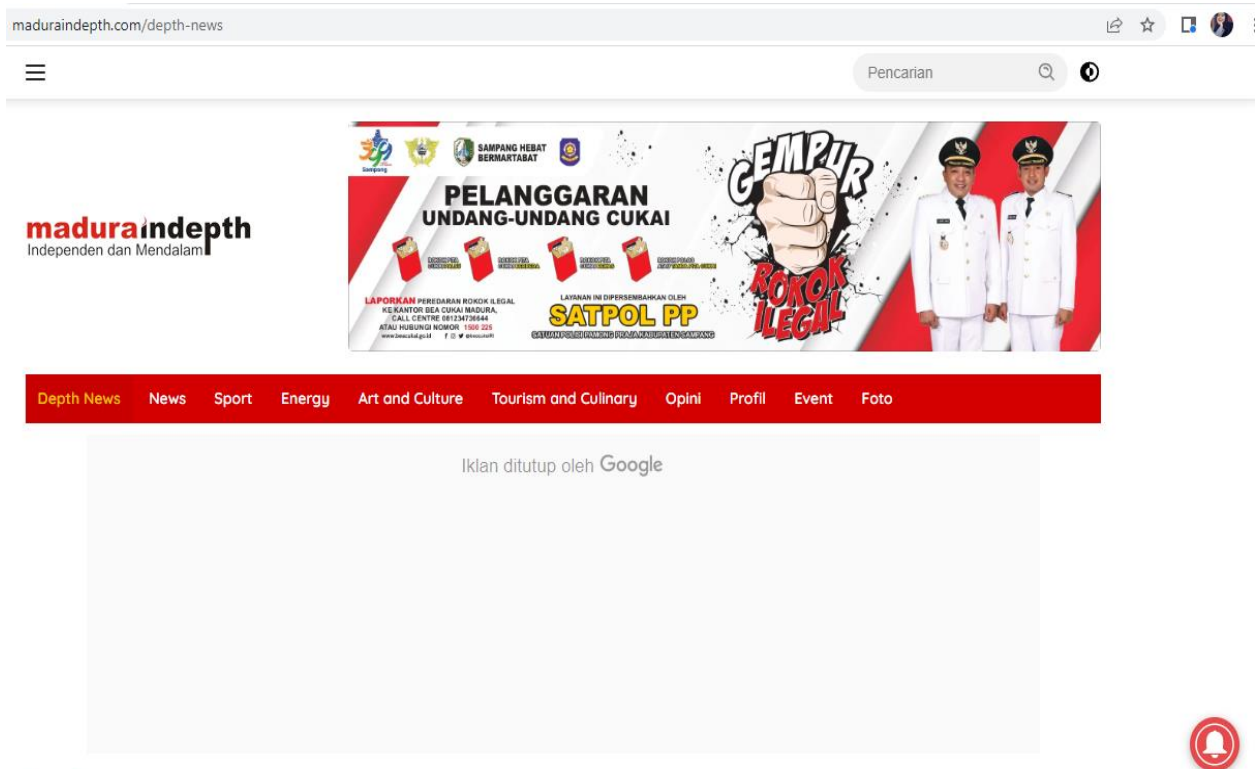
Transformasi budaya barat melalui globalisasi media dalam bentuk teknologi telah banyak tumbuh dalam kehidupan masyarakat sehingga dapat mempengaruhi aktivitas kebudayaan lokal. Budaya madura dalam gelombang teknologi melahirkan permasalahan yang besar dan mengancam eksistensi budaya masyarakat. Dalam konteks Madura, beberapa kebudayaan sangat berpotensi sebagai ikon suatu daerah yang nantinya akan diperkenalkan pada seluruh dunia.

Mengingat madura belum terfasilitasi dengan baik, sehingga keadaan ini bisa menjadi titik awal proses transformasi budaya dalam dunia internasional. Citra madura harus sesuai dengan potensi masyarakat di empat kabupaten yang berbeda. Setiap kabupaten mempunyai ciri khas dan keunikan masing-masing. Eksistensi masyarakat dalam menggunakan media banyak mengundang para wisatawan dari manca negara maupun dalam negeri untuk mendukung pariwisata di Madura

. Di Madura merebak media online yang menyajikan informasi mengenai peristiwa yang ada di Madura. Kemasan informasi yang disajikan dalam media online dikemas dengan menarik menggunakan gambar sebagai pelengkap informasi yang akan disajikan. Dalam media online pastinya menyajikan informasi mengenai pariwisata, maka dari itu dalam

peneneliti ingin meneliti mengenai bagaimana manajemen pengelolaan isi media online sebagai media promosi pariwisata.

S



Gambar 1. website pada media pada Maduraindepth.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dijabarkan sebelumnya maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana manajemen pengelolaan isi media online sebagai media promosi pariwisata madura apada media Maduraindepth .

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana manajemen pengelolaan isi media online sebagai media promosi pariwisata madura pada media Maduraindepth .

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai bagaimana manajemen pengelolaan isi media online sebagai wadah promosi pariwisata madura pada media Maduraindepth serta diharapkan sebagai asarana pengembanagn ilmu pengetahuan yang secara teoritis dipelajari dibangku perkuliahan.

1.4.2 Manfaat Praktis

- a) Bagi peneliti diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat sebagai cara mengamalkan ilmu pada waktu kuliah dengan melakukan penelitian dalam rangka memberikan pengetahuan kepada peneliti mengenai manajemen pegelolaan isi media online sebagai media promosi pariwisata madura pada media Maduraindepth .
- b) Bagi penelitian selanjutnya diharapkan penelitian ini dapat dijadikan refrensi bagi penelitian lainnya yang akan datang.