

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pariwisata adalah salah satu jenis industri baru yang mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi dan penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta menstimulasi sektor-sektor produktif lainnya (dalam Fatmawati, 2014:346). Dengan kata lain, pariwisata merupakan salah satu primadona untuk negara-negara yang berguna untuk meningkatkan sumber pendapatan di luar dari migas dan pajak. Salah satu negara yang memanfaatkan pariwisata untuk meningkatkan sumber pendapatan adalah Indonesia. Tidak sulit untuk Indonesia memaksimalkan pendapatan dari sektor pariwisata karena sebenarnya Indonesia sangat berpotensi dalam sektor pariwisata. Kondisi tersebut disebabkan Indonesia merupakan negara dengan bermacam-macam kekayaan alam, selain itu Indonesia juga mempunyai keberagaman budaya.

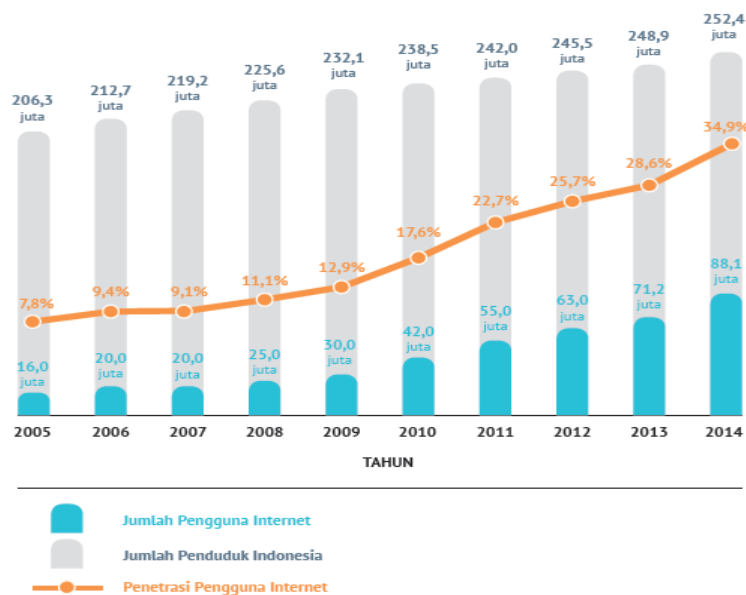
Kerjasama sinergis antara Pemerintah Daerah, pihak swasta, dan masyarakat dalam upaya melakukan pengembangan sektor pariwisata di daerah, dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap daya tarik wisatawan, yang pada gilirannya akan meningkatkan pendapatan asli daerah, pendapatan masyarakat, dan berkontribusi pula terhadap peningkatan devisa negara. Dengan demikian, sektor pariwisata dapat dijadikan sebagai sektor alternatif dalam mendapatkan pendapatan daerah.

Di era modern daerah saat ini, dibutuhkan kreativitas dan inovasi dari setiap daerah, terutama dalam mendorong sektor pariwisata yang dapat memberi pemasukan bagi Pemerintah Daerah dan mampu menyerap tenaga kerja. Dalam mendukung pengembangan sektor pariwisata, perlu adanya perhatian dari Pemerintah Daerah dengan mengalokasikan dana APBD secara proporsional untuk keperluan pembangunan infrastruktur penunjang kepariwisataan (seperti jalan, listrik,

telekomunikasi, dan fasilitas umum lainnya), serta promosi dan pemasaran potensi wisata yang ada di daerah.

Wisatawan saat ini memperoleh informasi bukan hanya melalui biro perjalanan tetapi lebih banyak memperoleh informasi lewat media internet seperti Path, *Facebook*, *Twitter*, dan saat ini yang sedang *booming* promosi melalui media sosial instagram, yang terbukti mampu mengalihkan orientasi kunjungan wisatawan. Oleh karena itu, perubahan perilaku wisatawan tersebut harus direspon dengan kegiatan promosi yang terus menerus. Hal ini perlu dilakukan agar supaya ingatan wisatawan tentang destinasi wisata atau budaya di suatu daerah terus melekat hingga pada akhirnya melakukan kunjungan wisata ke daerah tersebut. (Warno)

Ada berbagai macam media yang dapat digunakan oleh Pemerintah Daerah dalam mempromosikan budaya dan pariwisata salah satunya dengan memanfaatkan media sosial yang ada di jaringan internet seperti instagram. Hal ini dikarenakan sejak tahun 2014 masyarakat Indonesia tidak terlepas dari kegiatan komunikasi berbasis internet. Sejak pemerintah Indonesia mengembangkan infrastruktur internet pada tahun 1980an, jumlah pengguna internet terus meningkat. Hingga tahun 2013 terdapat 71.2 juta pengguna internet di Indonesia. Dengan jumlah tersebut, penetrasi internet di Indonesia tahun 2013 adalah sebesar 28% (Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia, 2014). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada grafik berikut.



Gambar 1.1. Jumlah dan Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia
Sumber: Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia, 2014

Kelebihan spesifik menggunakan media sosial instagram sebagai media promosi adalah pasar yang mengetahui teknologi. Karena itu, sangat tepat bila mempromosikan budaya dan pariwisata, karena hampir 70% saat ini masyarakat yang memiliki gadget pasti memiliki instagram. Hal ini berarti instagram memiliki pengguna yang rata-rata kelas menengah dan kelas menengah ke atas karena harus di akses melalui smartphone ataupun PC. (Arifin)

Selain itu, *survey* menunjukkan bahwa wisatawan Indonesia juga terhubung dengan media sosial selama liburan. Sebanyak 91% wisatawan Indonesia menggunakan media sosial dalam perjalanan, jauh lebih tinggi dibandingkan rata-rata global yaitu 61%. Orang Indonesia adalah salah satu Negara di dunia yang paling sering ‘memamerkan’ perjalanan mereka di media sosial, setelah wisatawan India. Hampir sepertiga dari orang Indonesia 33% mengakui bahwa mereka memamerkan liburan mereka di sosial media. Secara keseluruhan, 16% dari mereka yang mengakui kalau mereka melakukannya untuk membuat temannya iri, dan 14% berkata bahwa bukan liburan jika teman mereka tidak tau tentang hal tersebut. (Fitri)

Instagram memang digunakan sebagai aplikasi berbagi foto/gambar, fitur-fitur yang tersedia di Instagram akan mendukung gambar produk yang *diupload* di dalamnya terlihat menarik. Oleh karena itu, Instagram dapat dimanfaatkan untuk menampilkan foto-foto berbagai macam sebagai daya tarik pariwisata di setiap daerah untuk menarik wisatawan agar berkunjung ke daerah tersebut. Hal ini juga perlu dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Bangkalan dalam mempromosikan berbagai tempat wisata alam di kabupaten Bangkalan seperti Bukit Jaddih, Pantai Basmalah, Pantai Sambilangan, Pantai Siring Kemuning, Wisata Makam Aer Mata, Air Terjun Toroan dan lain sebagainya. Juga sebagai media promosi kuliner seperti Rojek Kambeng, Tajin sobih, nasek serpang, dan lain sebagainya. Tidak hanya wisata alam dan kuliner, Instagram juga digunakan untuk memperkenalkan budaya Bangkalan seperti kerajinan batik Tanjung Bumi, tradisi Roket Tase', Roket Sabe, dan sebagainya.

Kabupaten Bangkalan secara geografis memiliki potensi pengembangan pariwisata yang cukup baik. Akan tetapi keberadaan pariwisata yang ada di Bangkalan kurang adanya promosi sehingga cakupan market wisatawanannya masih terbatas oleh wisatawan-wisatawan yang cenderung tetap dan bersifat lokal. Permasalahan lainnya adalah pola manajemen yang belum profesional baik dari segi SDM, keuangan serta perangkat-perangkat pendukung lainnya, sehingga meredam kecenderungan pariwisata ini untuk maju dan berkembang

Penggunaan Instagram sebagai media promosi pariwisata di Bangkalan dikarenakan sebagian besar khalayak belum mengetahui keberadaan objek pariwisata tersebut. Permasalahan ini dikarenakan terbatasnya sarana dan prasarana untuk mengembangkan dan memperkenalkan kepada masyarakat tentang keberadaan objek wisata di daerah Madura tersebut. Pemilihan media sosial Instagram sebagai media promosi pariwisata di Bangkalan dikarenakan media ini memiliki ciri khusus dibandingkan media sosial lain. Isi dari Instagram ini berfokus pada foto dan gambar, sehingga memiliki fitur yang memberikan kemudahan dalam mengambil dan melihat foto. Selain itu penggunaan Instagram ini juga lebih diminati oleh khalayak

masyarakat, karena dengan foto yang diunggah di instagram dapat dengan langsung berkirim komentar.

Menurut data terakhir, jumlah pengunjung wisata di Kabupaten Bangkalan meningkat tajam. Peningkatan jumlah pengunjung tersebut sesuai dengan hasil rekap pada lokasi wisata yang tersebar di 14 lokasi di Bangkalan. Jumlahnya mencapai 962.356 pengunjung pada tahun 2014 (saat ada instagram). Jauh lebih banyak dari jumlah pengunjung pada 2012 (saat belum ada instagram) yaitu sebanyak 31.104 pengunjung. Kepala bidang (Kabid) Pariwisata Dinas Pemuda Olahraga Kebudayaan dan Pariwisata (Disorabupar) Bangkalan Doni D. Pujiyanto mengatakan, pada 2012 tercatat jumlah wisatawan nusantara (wisnus) mencapai 31.104 orang. Sedangkan wisatawan mancanegara (wisman) berjumlah 79 pengunjung. Hal ini membuktikan bahwa pengaruh media sosial termasuk juga media instagram memberi pengaruh terhadap jumlah wisatawan di Kabupaten Bangkalan. (Dinas Pariwisata Bangkalan)

Instagram berfokus sebagai mediator komunikasi melalui gambar atau foto. Hal ini merupakan bentuk komunikasi yang baru, di mana komunikasi tidak lagi berupa verbal tapi juga dalam bentuk gambar. Pada dasarnya ini berhubungan dengan lingkungan sosial. Bagi persepektif ini, individu bersifat aktif, reflektif, menafsirkan, menampilkan perilaku yang rumit dan sulit diramalkan. Foto merupakan tanda atau simbol yang menggambarkan mengenai visual yang terlihat pada foto tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa instagram berhubungan dengan nilai-nilai sosial budaya, yakni dengan mengunggah foto berarti secara tidak langsung telah menginformasikan adanya sosial budaya dari suatu tempat.

Instagram yang kini berhasil menggaet hampir 80 juta pengguna setelah awalnya hanya memiliki sekitar 15 juta pengguna. Pada April tahun 2015 ini, *facebook* mengakuisisi instagram dan menjadikannya aplikasi pendukung untuk jejaring sosial nomor satu itu, dan akuisisi oleh *facebook* ini semakin menambah popularitas Instagram. Hal ini menjadikan Instagram sebagai potensi untuk promosi pariwisata di tiap daerah selain *facebook* dan *twitter*.(Novi).

Selama ini pariwisata hanya identik dengan Bali, Lombok, atau tempat-tempat yang *mainstream* lainnya, namun jika dilihat lebih jauh lagi Madura khususnya Bangkalan memiliki pariwisata yang berpotensi, begitu juga budaya dan kulinernya. Jika potensi yang tersembunyi di Kabupaten Bangkalan ini dikelola dengan baik, dipromosikan dengan gencar bukan tidak mungkin pariwisata di Bangkalan akan di kenal dan menarik wisatawan lebih banyak lagi.

Menjawab permasalahan ini mungkin jawaban salah satunya adalah pemanfaatan media sosial, terutama Instagram, seperti yang sudah di bicarakan di atas. Sebenarnya bisa menggunakan path, *twitter*, ataupun *facebook* tetapi saat ini sudah banyak terbukti bahwa Instagram merupakan media promosi yang paling jitu dan digemari. Peneliti menggunakan 3 Akun Instagram sebagai Objek penelitian yaitu @Explorebangkalan, @MTMABangkalan, dan @Kulinerbkl karena akun ini selalu mempromosikan pariwisata Kabupaten Bangkalan yang selama ini belum dikenal menjadi terkenal terbukti dengan hasil wawancara dengan Nara Sumber.

“Yang pasti ketiga akun(@Explorebangkalan, @MTMABangkalan, @Kulinerbkl) itu bisa dibuat panduan saya sebagai followers untuk berwisata. Jadi saya memanfaatkan akun tersebut untuk menambah informasi.” (@irvandeath)

Dan informan 2 telah mem-follow ketiga akun ini dan mengatakan bahwa ketiga instagram ini sangat efektif jika digunakan sebagai media promosi pariwisata kabupaten Bangkalan. Juga Informan 2 sangat terbantu adanya ketiga Instagram ini.

“Efektif buat aku, soalnya kan saat ini anak muda yang sekarang lebih banyak pake instagram ya daripada nonton tv, apalagi Koran atau majalah hamper jarang banget ya. Aku juga sangat terbantu dengan adanya ketiga akun ini untuk mencari wisata yang lagi hitz di Bangkalan” (@pieprames)

Tidak hanya itu tetapi Pihak Dinas Pariwisata juga berterimakasih kepada admin akun ketiga Instagram yang diwakili oleh Ibu ZK yang mengatakan,

Kami sangat terbantu dengan adanya akun instagram tersebut, karena kekurangan kami dalam mempromosikan wisata di Bangkalan dapat ditutupi oleh Akun Instagram ini. Masyarakat yang belum tau menjadi tau karena kehebatan media sosial yang lagi booming saat ini. (Ibu ZK)

Hal yang dilakukan oleh Admin @Explorebangkalan, @MTMABangkalan, @Kulinerbkl terlihat sangat sederhana namun telah terbukti dapat memberikan efek yang cukup besar terhadap jumlah wisatawan di Bangkalan. Apalagi saat ini banyak potensi pariwisata dan kuliner di Bangkalan yang tersembunyi.

Ketiga akun instagram inilah yang akan peneliti bahas. Adapun judul penelitian yang digunakan adalah “Instagram sebagai Media Promosi Pariwisata di Kabupaten Bangkalan.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana penggunaan instagram yang dilakukan untuk mempromosikan pariwisata Kabupaten Bangkalan?
2. Bagaimana isi dari aplikasi instagram?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk:

1. Mendeskripsikan penggunaan instagram yang dilakukan untuk mempromosikan pariwisata di Kabupaten Bangkalan.
2. Mengetahui isi dari aplikasi instagram.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut.

1. **Manfaat Akademis**

Diharapkan dapat menambah perbendaharaan kajian ilmu komunikasi khususnya yang berkaitan dengan penggunaan instagram sebagai media promosi wisata, budaya, dan kuliner.

2. **Manfaat Praktis**

Diharapkan dapat menjadi masukan bagi Pemerintah Kabupaten Bangkalan dalam menyempurnakan penggunaan Instagram sebagai media promosi wisata, budaya, dan kuliner.