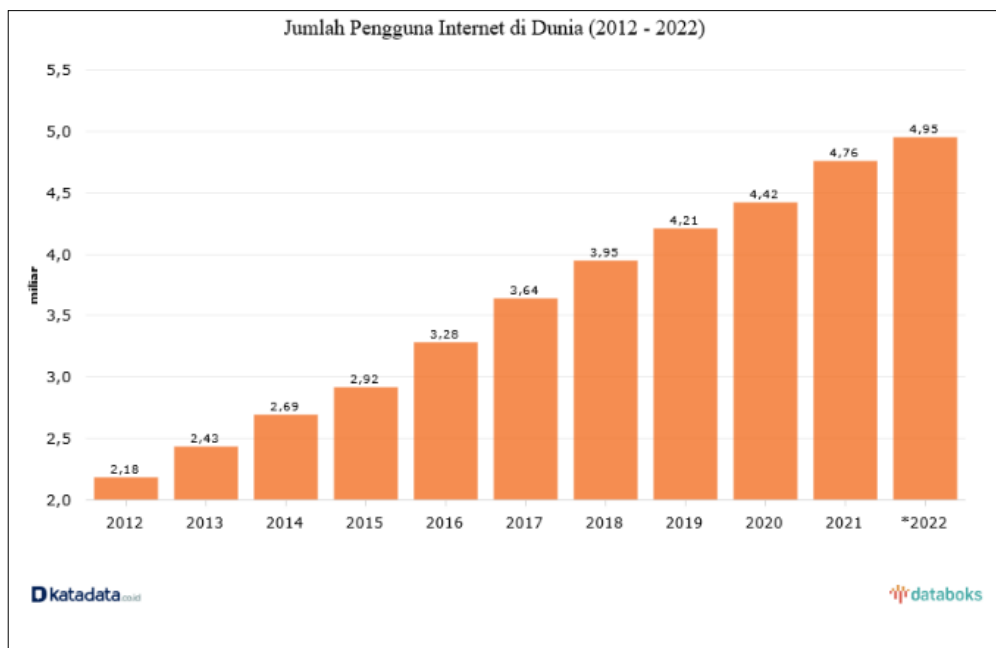


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pesatnya era globalisasi ditandai dengan perkembangan Teknologi, Informasi, dan Komunikasi (TIK) di seluruh dunia. Dunia kini memasuki revolusi Industri 4.0 atau disebut juga sebagai era digital. Transformasi digital merupakan perubahan cara kerja menggunakan teknologi informasi untuk mencapai efisiensi dan efektivitas (Danuri, 2019:120). Fase ke empat ini memang membuat teknologi bergerak menghantarkan manusia menuju arah kecanggihan yang membawa kemudahan. Dimana dimensi fisik dan dimensi siber disatukan untuk menciptakan tata kelola baru. TIK telah membuat kemajuan besar dengan meluasnya teknologi infrastruktur berupa internet. Tidak dapat dipungkiri bahwasanya jaringan internet mendukung penuh kehidupan manusia yang bersifat *mobile*.



Gambar 1. 1 Perkembangan Jumlah Pengguna Internet di Dunia Pada Tahun 2012 s/d 2022

(Sumber: www.Katadata.com, 2022)

Berdasarkan data, setiap tahunnya angka pengguna internet mengalami lonjakan kenaikan yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa, internet telah diadopsi secara luas yang mana akan terus bertambah dari tahun ke tahun.

Meskipun menurut (Baran, 2012:399) angka pengguna internet tidak mungkin dapat menyatakan secara pasti sebab setiap orang yang memiliki komputer tidak serta merta terkoneksi dengan internet, dan orang yang ingin terhubung dengan internet tidak harus memiliki komputer sendiri. Melanjutkan pernyataan tersebut, besar kemungkinan juga satu orang memiliki beberapa perangkat yang semuanya terhubung dengan internet.

Meluasnya internet sangat berarti bagi manusia. Internet merupakan sekumpulan jaringan yang berskala global (Jusuf, 2019). Jaringan-jaringan tersebar di seluruh belahan dunia dan saling terhubung satu sama lain. Adanya internet mempengaruhi aktivitas dan kinerja manusia dalam berkomunikasi dan mendapatkan informasi. Jaringan internet menghubungkan informasi secara luas di tengah-tengah realitas kehidupan masyarakat yang membuat perkembangan peradaban sangat cepat.

Cepatnya arus globalisasi tidak akan menghentikan kemajuan yang telah ada, namun akan membawa suatu inovasi baru yang bertujuan untuk meningkatkan pola dan gaya hidup masyarakat kearah yang lebih baik. Nantinya segala aktifitas di sekitar masyarakat tidak lepas dari teknologi ini. Saat ini manusia telah menduduki era elektronika. Yang mana kehidupan manusia mampu melampaui batas-batas tempat dimana mereka berada bahwa pada era ini manusia berbicara dan berinteraksi melalui alat-alat elektronik seperti televisi, radio, foto, blog, e-mail, dan telephone.

Kenyataan akan adanya penetrasi internet ini akhirnya mampu menggeser paradigma kehidupan masyarakat secara luas. Kehidupan yang dilakukan dalam bentuk-bentuk alamiah, kini dilakukan dengan cara baru berupa bentuk artifisial (Piliang, 2012:145). Perubahan terlihat sangat mencolok pada masyarakat digital, dimana mereka menganggap bahwa interaksi perlu dilakukan dan sangat tergantung pada pemenuhan informasi yang ada. Kini informasi lebih banyak di produksi setiap harinya. Informasi tersebut dikumpulkan dalam jumlah besar dan didapatkan tanpa harus mengeluarkan banyak biaya. Berbagai informasi tersebut tentunya tidak bisa langsung didapatkan tanpa melalui perantara media.

Menurut Rogers (dalam Kristiyono, 2015:25) perkembangan komunikasi dalam kehidupan manusia sangat mendukung perubahan media atau

mediamorfosis, dalam waktu yang cukup singkat. Mediamorfosis terjadi akibat perubahan teknologi yang diakibatkan oleh perubahan yang berdampak besar pada semua individu, waktu dan realitasitu sendiri dengan munculnya *new media*. Istilah *new media* atau media baru di jajaran media merupakan media dengan memanfaatkan internet. *New media* menyajikan komunikasi yang lebih interaktif dengan menggabungkan teks, foto, video, audio, dan animasi dalam satu sajiannya. Bentuk-bentuk *new media* yang kini populer dan dapat ditemukan di seluruh dunia dapat berupamedia *online* seperti website, media sosial, *online* advertising, web forum, aplikasi seluler.

New media dapat menjadi sarana dalam mencapai keinginan masyarakat yang kini sudah terdigitalisasi. Terlebih lagi bahwa media *online* memiliki khalayak yang netral dari kalangan dewasa hingga anak-anak (Khatimah, 2018:134). Revolusi media terjadi sebab manusia semakin tergantung dengan keberadaan teknologi. Dapat dikatakan bahwa teknologi telah menjadi kepanjangan atau ekstensi pemikiran manusia. Sebab internet mendukungberbagai aspek komunikasi, penyedia informasi, dan dapat menjadi fasilitas untuk promosi (Gani, 2014:73).

New media dalam kegiatan promosi memiliki daya tarik sendiri bagi pengelola sektor pariwisata. Melalui promosi, wisatawan akan mendapatkan informasi mengenai keunikan atau keunggulan destinasi pariwisata yang akan mereka kunjungi. Hal itu yang akan menjadi pertimbangan besar pada pengambilan keputusan wisatawan untuk menilai suatu destinasi pariwisata tersebut layak dikunjungi atau tidak. Mengingat efek peningkatan yang signifikan dari penetrasi internet pada pariwisata dapat memungkinkan organisasi pariwisata untuk hadir secara global dengancara yang efisien dan hemat biaya, terutama memungkinkan dalam mendirikan dan menumbuhkan pariwisata dengan biaya yang lebih efisien.

Dimana dampak adanya teknologi digital menimbulkan sebab perubahan tren perjalanan pariwisata yang radikal dan dinamis dari pada kondisi sebelum populernya *new media* (Sukirno & Irfan, 2019:187). Hal ini dikarenakan *new media* dapat mendorong pertumbuhan pariwisata seperti pernyataan (Surentu *et al.*, 2020:15) adanya daya tarik *new media* dirasakan sangat tinggi, penawaran seperti kecepatan, interaktivitas, jaringan yang luas, dan pendekatan yang lebih personal

membuat perkembangan yang cepat, sehingga pengembangan pariwisata sangat penting menggunakan *new media* dalam aktivitas promosi pariwisata.

Dinas, Pemuda, Olahraga, Kebudayaan, dan Pariwisata Kabupaten Sampang sebagai pelaksana urusan pemerintah daerah pada bidang pariwisata Kabupaten Sampang juga ikut mempromosikan wilayah kerjanya melalui *new media* dalam aplikasi seluler yang diberi nama *Tourism Guiding Book of Sampang* dan dilakukan secara terintegrasi.

Tabel 1. 1 Data Kunjungan Wisatawan Kabupaten Sampang 2017-2021

Tahun	Jumlah Wisatawan	
	Domestik	Mancanegara
2017	123.786	20
2018	355.197	34
2019	840.672	143
2020*	48.830	0
2021	133, 977	2

(Sumber: Disporabudpar Kabupaten Sampang, Diolah peneliti)

*Pemberlakuan PSBB akibat Covid-19

Berdasarkan data kunjungan wisatawan di Kabupaten Sampang dalam lima tahun terakhir tersebut memberikan arti bahwa ada dukungan dari pemerintah daerah dan juga masyarakat lokal yang mulai sadar wisata sehingga mampu menunjukkan keeksotisan daya tarik pariwisatanya pada khalayak luas melalui promosi yang dilakukan dengan adanya *new media*.

Kabupaten Sampang Wisata alam yang ada berupa Kawasan wisata pantai, air terjun, dan bukit. Keunikan wisata alam lainnya berupa hidupnya fauna khas berupa spesies kera nepa yang banyak tinggal di Kawasan hutan pantai nepa. Selanjutnya ada wisata buatan yang dibentuk berupa waduk yang diberi nama waduk nipah dan wisata minat khusus yang dikembangkan berupa agrowisata. Tidak cukup hanya itu, wisata kuliner yang khas juga dapat ditemui saat melakukan kunjungan pariwisata di Kabupaten Sampang. Kabupaten Sampang sebagai jujukan

pariwisata juga memiliki sejumlah 384 ekonomi kreatif tersedia di Kabupaten Sampang.

Potensi pariwisata dan ekonomi kreatif di Kabupaten Sampang memang layak ditunjukkan dalam kegiatan promosi. Penyebaran informasi yang bersifat cepat dan luas akan memberi kemudahan dalam menunjukkan potensi dan eksistensi pariwisata yang dimiliki Kabupaten Sampang. Oleh sebab itu peneliti menentukan judul penelitian ini adalah **“New Media Sebagai Promosi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Aplikasi *Tourism Guiding Book of Sampang*)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan tersebut, maka ditentukan rumusan masalah dalam penelitian ini yakni berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan tersebut, maka ditentukan rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana *new media* sebagai promosi pariwisata dan ekonomi kreatif Kabupaten Sampang?.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dirumuskan, adapun tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui *new media* sebagai promosi pariwisata dan ekonomi kreatif Kabupaten Sampang melalui aplikasi *Tourism Guiding Book of Sampang*.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan dalam pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang ilmu komunikasi, teknologi *new media* dan kepariwisataan secara umum maupun secara khusus.

b. Kegunaan Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai *new media* dalam promosi khususnya pada sektor pariwisata dan ekonomi kreatif.