

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

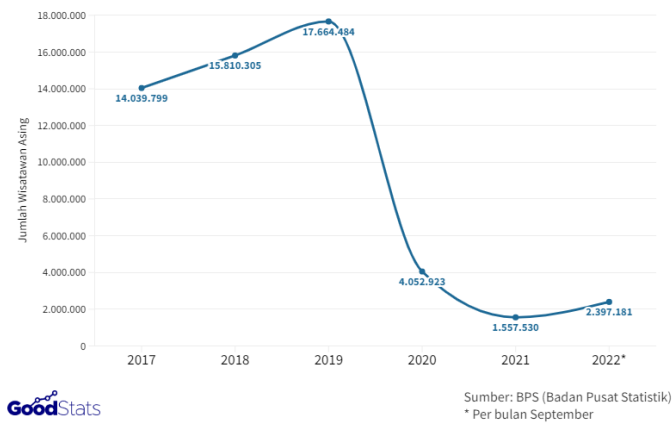
Indonesia memiliki banyak keberagaman dan potensi wisata yang berlimpah, sehingga penjajah datang ke Indonesia untuk mengambil rempah-rempah. Di karenakan Indonesia memang penghasil rempah-rempah terbaik, sehingga penjajah tertarik untuk menjajah Indonesia dan mengambil rempah-rempah. Tidak hanya terkenal dengan rempah-rempah saja, Indonesia juga memiliki banyak sekali potensi wisata alam yang berlimpah tersebar di seluruh pelosok negeri, Tidak heran jika banyak wisatawan mancanegara datang ke Indonesia hanya untuk datang ke wisata alam di Indonesia, contohnya pada wisata dipulau bali, yang di mana memiliki destinasi wisata beragam mulai dari wisata alamnya hingga wisata heritage atau wisata budaya yang beragam, Bali menjadi sangat populer di kalangan wisatawan mancanegara karena bali merupakan paket lengkap untuk liburan, dengan berbagai sarana dan prasana yang sudah di sediakan oleh pemerintah dan pengelola wisata, menjadikan bali menjadi wisata favorit di Indonesia. Indonesia terdiri dari banyak pulau, suku, ras, agama, dan adat istiadat yang banyak, sehingga Indonesia termasuk ke dalam negara yang memiliki jumlah suku terbanyak di dunia dan secara geografis berada di antara benua Asia dan benua Australia. Wisata alam yang ada di Indonesia terdiri dari pantai, bukit, pegunungan, hingga lautan dan masih banyak lagi. Banyaknya tempat wisata di Indonesia juga dapat meningkatkan jiwa kebanggaan terhadap tanah air, karena mempunyai pemandangan atau wisata yang begitu indah di negeri sendiri dan tidak harus jauh-jauh ke luar negeri.

Banyaknya sumber daya alam di Indonesia dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia, apalagi masyarakat yang hidup di sekitar wisata memanfaatkan area tersebut sebagai sarana bisnis. Wisata atau pariwisata merupakan sebuah cara memanfaatkan sumber daya alam yang ada di daerah tersebut menjadi menarik dan terawat sehingga pengunjung yang datang dapat menikmati wisata disertai pemandangan yang bagus dengan sarana dan prasana

yang di sediakan oleh pihak wisata, tidak hanya bermanfaat bagi pengunjung namun juga bermanfaat juga bagi masyarakat yang tinggal di daerah sekitar wisata bisa menjadi nilai ekonomi yang bagus, dengan menyediakan sarana dan prasana yang di butuhkan oleh pengunjung seperti, makanan, penyewaan alat dan sebagainya. Hal ini juga dapat memberikan pengaruh terhadap perekonomian Negara dengan datangnya wisatawan mancanegara membuat Indonesia semakin dikenal dunia sehingga dapat membuat perekonomian Indonesia menjadi bertambah dengan memanfaatkan potensi wisata alamnya.

Pariwisata memang menjadi pemasok tertinggi untuk Indonesia, oleh karena itu ketika pariwisata mengalami penurunan jumlah wisatawan maka pemasukan negara juga otomatis berkurang, menurut artikel GoodStats, pada tahun 2020 pariwisata di Indonesia mengalami penurunan jumlah wisatawan hingga sekarang, penurunan jumlah wisatawan di sebabkan oleh pandemi Covid19 yang sedang menjadi permasalahan global, di Indonesia sendiri mulai melakukan pembatasan sosial guna meminimalisir penyebaran virus corona atau Covid19, hal tersebut juga berdampak pada pariwisata di Indonesia yang membuat sektor pariwisata menjadi menurun drastis. Menurut BPS (badan pusat statistik) jumlah wisatawan pada tahun 2019 sebanyak 17.664.484 wisatawan, kemudian pada tahun 2020 menurun drastis yang hanya 4.052.923 wisatawan, kemudian pada tahun 2021 kembali mengalami penurunan hingga pada angka 1.557.530 wisatawan.

Jumlah Kunjungan Wisatawan Asing ke Indonesia dari Tahun ke Tahun



Gambar 1. 1(Goodstats.id) Statistik jumlah kunjungan wisatawan asing ke Indonesia dari tahun ke tahun

Adapun wisata alam yang terdapat di pulau Madura. Madura merupakan sebuah pulau besar yang berada di Jawa Timur terutama di daerah Bangkalan yang merupakan ibu kota Madura, apalagi Madura masih terjaga untuk kekayaan alamnya. Di Madura terdapat wisata heritage dan juga wisata alamnya yang masih terjaga. Madura salah satu pulau yang memiliki 4 kabupaten yang terdiri dari kabupaten Bangkalan, Sampang, Pamekasan, dan Sumenep. Bangkalan merupakan kabupaten yang dekat dengan Surabaya yang merupakan jembatan penghubung antara Bangkalan dan Surabaya. Sebagai kabupaten yang terdekat dengan pusat kota Surabaya tentunya, pasti banyak orang yang pergi ke Madura untuk sekedar liburan dan ziarah, ada banyak wisata alam yang ada di Bangkalan seperti wisata bukit kapur, pantai, hingga bukitnya menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat karena wisata alam di Madura juga belum tersentuh budaya luar atau belum diketahui oleh banyak orang dan masih terjaga kebersihannya. Jumlah penduduk di kabupaten Bangkalan SP2020 mencatat penduduk Bangkalan pada bulan September 2020 sebesar 1.060.377 jiwa (Badan Pusat Statistik Kabupaten Bangkalan, 2020). Menurut data dari badan pusat statistik kabupaten Bangkalan jumlah wisatawan yang berkunjung ke kabupaten Bangkalan berjumlah 961.190 pada tahun 2020 yang di antaranya terdiri dari 961.151 wisatawan domestik dan 39 wisatawan mancanegara. Pada persentase tersebut kabupaten Bangkalan masih mengembangkan bisnis di bidang pariwisatanya karena ketika pandemi covid19 Bangkalan sepi akan pengunjung yang di akibatkan oleh pembatasan berskala

besar atau PSBB yang ditetapkan pemerintah Indonesia guna mengurangi penyebaran virus corona.

Tabel 1. 1 Jumlah wisatawan menurut kecamatan di Kabupaten Bangkalan tahun 2020

Kecamatan	Wisatawan Domestik	Wisatawan Mancanegara
Kamal	-	-
Labang	-	-
Kwanyar	2,990	-
Modung	-	-
Blega	-	-
Konang	469	-
Galis	996	-
Tanah Merah	-	-
Tragah	-	-
Socah	8,278	-
Bangkalan	756,443	24
Burneh	-	-
Arosbaya	143,889	12
Geger	2,197	-
Kokop	677	-
Tanjung Bumi	27,809	-
Sepulu	17,403	-
Klampis	-	-
Bangkalan	961,151	39

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bangkalan

Di era sekarang perkembangan teknologi sangatlah cepat sehingga pertukaran informasi lebih mudah, hanya dengan mengandalkan smartphone bisa menyampaikan informasi terkini secara langsung. Kehadiran teknologi informasi telah menjadi satu kesatuan kekuatan besar yang membutuhkan respon yang tepat karena ia pun memaksa suatu *survival strategy* bagi berbagai kelompok dan masyarakat (Featherstone, 1991:Hannerz, 1996). Ketika perkembangan teknologi

berkembang sangat pesat dan secara universal, maka masyarakat yang tergolong dalam golongan kurang update terhadap perkembangan teknologi akan di paksa untuk menyesuaikan perubahan, karena jika secara *universal* telah digunakan kedalam sistem pemerintahan atau media yang terkait, maka masyarakat di paksa untuk menyesuaikan keadaan. Dalam kondisi ini kekuatan pasar sistem informasi akan berkembang dengan cepat dan cenderung lebih banyak di minati karena memang yang awalnya hanya untuk keperluan, akan menjadi kebutuhan untuk menunjang sistem informasi yang di perlukan oleh masyarakat. Pasar telah memperluas orientasi masyarakat dan mobilitas sehingga batas-batas semakin meluas dan menjadi kabur akibat hilangnya orientasi ruang dalam masyarakat, (Appadurai,1994).

Dalam perkembangan teknologi ada beberapa alat yang di gunakan dalam menyampaikan informasi diantaranya, Komputer/Laptop, Smartphone, Televisi, hingga Radio. Dalam penelitian yang akan di bahas mengenai sebuah aplikasi yang terdapat pada smarphone, laptop/computer yang di gunakan untuk menyampaikan informasi secara cepat dan universal. Aplikasi tersebut di antaranya ialah Intagram, Tiktok, Facebook, dan Twitter. Aplikasi tersebut merupakan sebuah aplikasi media sosial yang biasa digunakan oleh anak-anak muda sebagai tempat untuk memposting foto kehidupan sosial supaya terlihat eksis jika ada orang yang melihatnya, tidak hanya sebagai tempat untuk ajang pamer tetapi media sosial juga mampu menyampaikan informasi dengan cepat dan universal, karena ketika sebuah informasi yang begitu penting di upload atau di sampaikan ke media sosial maka informasi tersebut akan cepat menyebar ke seluruh negeri bahkan sampai ke luar negeri. Contohnya ketika ada kasus pencurian atau orang hilang jika upload dimedia sosial maka secara tidak langsung masyarakat yang melihat video atau foto yang diupload akan membantu memberikan informasi juga ketika memang melihat atau sekedar curiga terhadap gerak gerik seseorang yang ditemui oleh masyarakat tersebut. Dengan hanya memberikan keterangan atau deskripsi mengenai kasus yang akan diupload maka secara tidak langsung masyarakat yang melihat akan membantunya. Maka media sosial bisa di katakan sebagai alat yang dapat membantu masyarakat untuk

menyampaikan informasi yang penting ketika sudah tidak ada orang yang membantu secara tidak langsung.

Selain itu, media sosial juga mampu memberikan alternatif bagi pemasar untuk meluangkan ide demi keuntungan besar akan tetapi biaya yang dikeluarkan sedikit (Weinberg, T. (2009). Namun dalam beberapa tahun terakhir, media sosial dimanfaatkan dalam pemasaran industri pariwisata dan perjalanan (Escamilla, et. al., 2021). Terdapat media sosial yang saat ini sedang populer dan banyak diminati oleh konsumen yang dapat membantu industri pariwisata antara lain adalah Facebook, Youtube, Instagram, WhatsApp dan Tiktok. Dari berbagai media sosial yang ada, TikTok menjadi media sosial yang sedang populer dan digemari saat ini (Olvera, et.al., 2021).

TikTok merupakan aplikasi media sosial berbasis video pendek yang memungkinkan pengguna untuk membuat konten video kreatif dan menarik untuk dibagikan (Hayes, et.al., 2020) seperti, video tantangan, manipulasi suara atau lipsync, menari, bernyanyi dan banyak lagi. TikTok adalah aplikasi berbasis video pendek yang diluncurkan pada 2016, dengan aplikasi paling banyak diunduh pada tahun 2021 dengan jumlah unduhan sebanyak 656 juta unduhan sehingga menjadi aplikasi jejaring sosial fenomenal global (Li, 2021)



Gambar 1. 2 Statistik Aplikasi yang paling banyak di unduh Tahun 2021
Sumber: Goodstats

Pada data tersebut, tiktok menempati urutan pertama sebagai media sosial yang paling banyak diunduh pada tahun 2021, dengan total unduhan mencapai 656 juta, tiktok berhasil mengungguli media sosial lainnya seperti instagram, facebook, dan whatsapp yang merupakan media sosial yang paling lama di bandingkan tiktok. Berdasarkan banyaknya unduhan TikTok, maka hal tersebut dapat dijadikan sebagai peluang untuk pemasaran atau promosi. (Hays, Page, & Buhalis, 2013). Pemasaran menggunakan media sosial TikTok dengan konten buatan pengguna saat ini memainkan peran penting di berbagai industri (Sedera, et al., 2017). Konten yang tersedia mencakup, komedi, makanan, olahraga, kecantikan gaya, seni, permainan, pendidikan dan perjalanan wisata (Kaplan, & Haenlein, 2010).

Dalam pencarian informasi, ketika seseorang mendapat informasi dari sebuah konten, mereka cenderung lebih percaya daripada ketika mereka menerima informasi melalui saluran lain (Hudson, & Thal, 2013). Oleh karena itu peran konten TikTok menjadi sangat penting dalam praktik pemasaran. Selain dapat sebagai media promosi produk, TikTok juga dapat digunakan sebagai alat untuk membangun dan mempromosikan citra destinasi (Molinillo, et.al.,2018). TikTok merupakan platform media sosial dengan kategori aplikasi video pendek yang memungkinkan pengguna untuk membuat konten video kreatif dan menarik untuk dibagikan (Hayes, et.al, 2020) seperti, video tantangan, manipulasi suara atau lipsync, 3 menari, bernyanyi dan banyak lagi. Berdasarkan tingginya jumlah pengguna TikTok, maka hal tersebut dapat dijadikan sebagai peluang untuk pemasaran atau promosi. (Kaplan, & Haenlein, 2010) Pemasaran menggunakan media sosial TikTok dengan konten buatan pengguna saat ini memainkan peran penting di semua industri, terutama di sektor pariwisata (Chung, & Koo, 2015). Seseorang dapat berbagi cerita perjalanan mereka melalui video perjalanan yang mereka buat (Hudson, et.al,. 2015). Praktik pariwisata dan keputusan mengunjungi suatu destinasi semakin dipengaruhi oleh pendapat pembuat konten yang disalurkan melalui media sosial, oleh karena hal tersebut sangat menarik untuk mengeksplorasi pengalaman yang dirasakan dalam konten perjalanan wisata (Oliveira, Araujo, & Tam, 2020). maka peran konten TikTok menjadi sangat

penting dalam sektor pariwisata karena pariwisata merupakan industri padat informasi.

UGC (Used Generated Content) merupakan sebuah proses komunikasi di mana media sosial berperan aktif dalam tersampainya informasi kepada khalayak secara universal dan masyarakat berperan aktif dalam terjadinya proses komunikasi tersebut atau biasa di sebut *partisipatory journalism*. UGC sendiri berawal dari sebuah pembaca pesan/berita yang umum biasanya di tampilkan pada koran atau media cetak lainnya, seiring perkembangan zaman ke era digital sekarang ini UGC juga beralih ke digital yang di antaranya mencakup media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter hingga Tiktok yang sedang tren saat ini. Yang awalnya sebuah berita atau informasi menjadi tanggung jawab seorang jurnalis, sekarang justru seluruh masyarakat juga mampu membuat sebuah berita yang sederhana dan mudah di pahami hanya dengan menggunakan media sosial. Kini, UGC mencapai babak baru sejak kehadiran Web 2.0. Versi web ini mengizinkan pengguna untuk ikut berkontribusi aktif dalam produksi konten (Manosevitch & Tenenboim, 2017).

Perkembangan pariwisata di kabupaten bangkalan tergolong lambat, karena kurangnya kontribusi masyarakat kabupaten bangkalan dan juga pemerintah kabupaten bangkalan. Hingga wisata alam yang ada di kabupaten bangkalan kurang di kenal masyarakat luar bangkalan hingga luar pulau Madura, maka dari itu generasi penerus yang menjadi harapan untuk menjadikan kabupaten bangkalan menjadi lebih baik dan maju, Tahapan-tahapan generasi manusia dimulai dari Traditional Generation atau disebut juga dengan Pre Boomer yaitu untuk penduduk dengan jangka kelahiran tahun 1925 hingga 1946. Lalu ada generasi Baby Boomer dengan tahun kelahiran 1946 hingga 1960. Setelah itu ada generasi X dengan tahun kelahiran 1960 hingga tahun 1980. Lalu ada generasi Y atau Milenial dengan waktu kelahiran antara tahun 1980 hingga tahun 1995. Generasi Z dengan jangka kelahiran tahun 1995 hingga tahun 2010. Dan yang terakhir adalah Alpha Generation atau disebut dengan generasi Post Gen Z adalah penduduk dengan kelahiran setelah tahun 2010 (Haryanto dan Chandra, 2020).

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik milik Indonesia pada tahun 2020, jumlah penduduk generasi Z mendominasi wilayah Indonesia dengan persentase

sebesar 27,94% atau sejumlah 74,93 juta penduduk. Gen Z atau yang disebut juga dengan iGeneration merupakan sekumpulan orang yang kemampuan bersosialisasi serta memanfaatkan perkembangan teknologinya lebih baik dibandingkan dengan generasi sebelumnya. Berdasarkan riset yang dilakukan oleh tim Tirto.id pada tahun 2017, diketahui bahwa akses informasi yang kerap digunakan oleh generasi Z adalah media sosial. Menurut data Statista (2020), generasi Z termasuk dalam peringkat kedua generasi pengguna media sosial library.uns.ac.id digilib.uns.ac.id 2 terbanyak di Indonesia. Hal itu dikarenakan kurang lebih 90% dari mereka memanfaatkan kegunaan ponsel pintarnya. Media sosial yang paling sering dijamah oleh masyarakat Indonesia antara lain WhatsApp, Facebook, YouTube, Instagram, Twitter serta Tiktok.

Penelitian ini dilakukan kurangnya perhatian pemerintah terhadap wisata alam di kabupaten bangkalan, sehingga beberapa objek wisata dikembangkan sendiri oleh masyarakat sekitar. Dan penelitian ini di harapkan mampu membuat Generasi Z bisa membuat kabupaten bangkalan menjadi lebih baik dengan memanfaatkan wisata alamnya, menggunakan sistem atau teori UGC bisa membantu dalam pengenalan, penyebaran, hingga promosi wisata supaya di kenal oleh banyak wisatawan di luar bangkalan maupun di luar Madura, dan juga dengan memanfaatkan tiktok sebagai media sosial yang akan digunakan dalam promosi maupun memperkenalkan wisata alam di kabupaten bangkalan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang serta rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka pertanyaan penelitian yang akan dibahas pada laporan tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

- Bagaimana Generasi Z membuat UGC terkait wisata alam di kabupaten Bangkalan dengan menggunakan media sosial Tiktok?
- Bagaimana Generasi Z bisa memperkenalkan wisata alam di kabupaten Bangkalan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah di tentukan maka tujuan penelitiannya sebagai berikut:

- Untuk mendeskripsikan bagaimana penggunaan Tiktok dalam memproduksi UGC terkait wisata alam di Bangkalan.
- Untuk Menyiapkan Generasi Z dalam upaya meningkatkan kreatifitas dan wawasan seputar wisata alam di kabupaten Bangkalan, guna membuat kabupaten bangkalan menjadi lebih baik kedepannya.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat Teoritis Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah pembelajaran terkait studi komunikasi yang telah didapatkan selama menduduki bangku perkuliahan sesuai atau tidak dengan praktik di lapangan secara nyata.

1.4.2 Manfaat Praktis

- Manfaat Praktis Bagi peneliti, penelitian ini dapat menambah wawasan wawasan serta pengetahuan penulis yang kemudian dapat diterapkan di lapangan terkait studi yang diangkat.
- Bagi perusahaan, penelitian ini dapat dijadikan bahan saran dan masukan sehingga dapat menjadi pertimbangan dalam mengambil keputusan bagi perusahaan terkait maupun perusahaan sejenis.
- Bagi pihak lain, penelitian ini diharapkan dapat berguna apabila pihak lain ingin melakukan penelitian terkait studi perilaku konsumen pada perusahaan pariwisata.