

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dari konvensional ke digital membuat pekerjaan manusia menjadi lebih mudah dan cepat. Adanya internet menjadi bukti mempermudah pekerjaan manusia. Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, media sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Boyd dan Ellison(2008:11) mendefinisikan situs jaringan sosial sebagai layanan berbasis web yang memungkinkan perorangan untuk membangun profil umum atau seni-umum dalam satu sistem yang terbatas, menampilkan pengguna lainnya yang berkaitan dengan mereka, dan melihat-lihat dan mengamati daftar koneksi yang mereka miliki maupun daftar yang dibuat oleh pengguna lainnya dalam sistem tersebut. Dapat disimpulkan bahwa melalui media sosial kita dapat melakukan berbagai aktivitas dua arah dalam berbagai macam bentuk pertukaran, kolaborasi dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan, visual maupun audiovisual.

Teknologi media sosial yang telah berkembang pesat menjadikan banyaknya jenis sosial media bermunculan, salah satunya yaitu *instagram*. *Instagram* adalah aplikasi layanan berbagi foto yang memungkinkan pengguna untuk berfoto dan memberi filter lalu menyebarkannya di sosial media seperti *facebook*, *twitter*, dan

lainnya. Semenjak kemunculannya *Instagram* pada tanggal 6 oktober 2010 di *Apple Store* aplikasi ini langsung diburu oleh pengguna *Apple*. Terbukti pada akhir desember 2010 pengguna *instagram* telah mencapai 1 juta pengguna dan pada juni 2011 telah mencapat 5 juta pengguna dengan total 150 juta photo pada bulan agustus 2011 (Eryta, 2013:5).

Berdasarkan *SimplyMeasured.com* (desember,2014), dijelaskan bahwa pengguna aktif *Instagram* saat ini adalah lebih dari 300 juta pengguna aktif bulanan, 70 juta postingan foto per hari dan 2,5 miliar *like* per hari. Akun *instagram* tidak hanya dimiliki akun personal saja, *Instagram* terlihat bertambah fungsi menjadi tempat strategis untuk akun-akun hiburan, kesehatan, *online shop*, informasi berita, promosi lokasi dan lain-lain. Dapat kita contohkan pada dampak wisata saat ini, banyak sekali kita temukan di media sosial yang penyuguhkan keindahan alam. Seperti pada website Indonesia Tourism dan seperti akun *instagram* @wonderful\_location (wonderful location Indonesia), foto-foto yang diunggah pada *website* dan akun ini merupakan kumpulan foto-foto keindahan alam dan tempat wisata yang ada di seluruh Indonesia. Begitu pula dengan moment-moment foto yang di *post* kedalam akun *instagram*@sumbar\_rancak.

Akun *instagram* @sumbar\_rancak adalah salah satu contoh akun yang membagikan moment-moment foto lokasi ekowisata yang berada di Sumatera Barat dan bisa juga untuk mempromosikan tempat ekowisata tersebut sehingga orang-orang tertarik untuk mengunjungi lokasi ekowisata yang di *post* dari akun *instagram* @sumbar\_rancak itu

sendiri maupun yang di repost dari akun *instagram* orang lain.



Gambar 1.1 Profil Akun *instagram* @sumbar\_rancak (Sumber :[https://www.instagram.com/sumbar\\_rancak/](https://www.instagram.com/sumbar_rancak/))

Hubungan penggunaan *instagram* merupakan salah satu faktor yang mendorong minat para *followers* akun *instagram* @sumbar\_rancak untuk mengunjungi lokasi ekowisata. Menurut ahli Fryer mengatakan bahwa keberadaan minat itu berdasarkan pada orientasi suka dan tidak sukanya individu terhadap objek, subjek atau aktivitas. Orientasi ini pada gilirannya akan mempengaruhi penerimaan individu. Jika individu suka terhadap objek, subjek atau aktivitas tersebut, maka individu akan menerimanya. Jika individu tidak suka kepada obyek, subyek atau aktivitas tersebut, maka ia akan menolaknya. Penentuan minat ini didasarkan pada reaksi individu (menolak menerima), jika ia menerima berarti ia berminat, dan jika menolak berarti ia tidak berminat (Sarwono S.W, 2003: 71).

Tabel1.1 :Tabel akun *instagram* januari 2016

AKUN	POSTINGAN	<i>FOLLOWERS</i>
@sumbar_rancak	1756	66.5k
@exploresumatrabara	361	30.3k
@rancakbana_	383	23.1k
@wisatasumbar	119	2680

Penelitian ini menggunakan *followers* akun *instagram* @sumbar\_rancak sebagai responden. Berdasarkan wawancara awal beberapa *followers* akun *instagram* @sumbar\_rancak, peneliti melihat minat dan ketertarikan orang untuk berwisata terlihat pada banyaknya postingan dan *followers* dari @sumbar\_rancak, serta banyaknya orang yang menandai fotonya ke akun *instagram* @sumbar\_rancak, terbukti pada dua bulan terakhir *instagram* @sumbar\_rancak memiliki 640 tag foto perharinya dan 5.100 tag foto dalam dua bulan.

Peneliti dalam penelitian ini akan mengkaji hubungan dan minat dengan teori *uses and effect*. Pendekatan teori *uses and effect* ini merupakan sintesis dari teori sebelumnya, yaitu *uses and gratifications theory* dan teori tradisional mengenai efek konsep "use" merupakan bagian yang sangat penting atau pokok dari suatu pemikiran. Jika pada teori sebelumnya mengenai *uses and gratifications theory*, penggunaan media pada dasarnya ditentukan oleh kebutuhan dasar individu sedangkan dalam *uses and effects theory* kebutuhan hanyalah salah satu dari faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya penggunaan

media. Asumsi dasar dari teori ini lebih menekankan bagaimana penggunaan media menghasilkan banyak efek terhadap suatu individu.

Peneliti ingin meneliti apakah terdapat hubungan media sosial *instagram* terhadap minat wisata di Sumatera Barat. Hal ini menjadi menarik untuk diteliti sebab peneliti melihat maraknya moment-moment foto yang di posting ke dalam *instagram* membuat orang-orang tertarik untuk mengunjungi lokasi ekowisata tersebut.

Berdasarkan uraian tersebut maka menarik untuk dilakukan penelitian dengan mengambil judul **"HUBUNGAN PENGGUNAAN AKUN *INSTAGRAM* @SUMBAR\_RANCAK TERHADAP MINAT WISATA DI SUMATERA BARAT"**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti merumuskan masalah yang akan dibahas yaitu bagaimana hubungan akun *instagram* @sumbar\_rancak terhadap minat wisata di Sumatera Barat.

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah diatas, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan yaitu untuk :

1. Mendeskripsikan penggunaan media sosial *instagram* @sumbar\_rancak
2. Mendeskripsikan minat wisata *followers* akun *instagram* @sumbar\_rancak

3. Mendeskripsikan hubungan penggunaan media sosial *instagram* @sumbar\_rancak terhadap perhatian
4. Mendeskripsikan hubungan penggunaan media sosial *instagram* @sumbar\_rancak terhadap kesenangan
5. Mendeskripsikan hubungan penggunaan media sosial *instagram* @sumbar\_rancak terhadap ketertarikan
6. Mendeskripsikan hubungan penggunaan media sosial *instagram* @sumbar\_rancak dan minat wisata di Sumatera Barat.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara akademis maupun praktis.

##### 1. Manfaat Teoritis

- a. Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat menambah ranah pengetahuan dalam bidang *new media* terutama mengenai media sosial.
- b. Menambah referensi bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik khususnya mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi. Serta diharapkan dapat menjadi rujukan bagi penelitian kedepannya.

## 2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pengguna media sosial dalam memanfaatkan media tersebut secara bijaksana. Terutama para pengguna media sosial yang menggunakan *instagram*.

