

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Memasuki era digital, sosial media bukan lagi merupakan hal yang awam digunakan untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi, tidak jarang sosial media digunakan untuk berbagi informasi serta pengalaman. Sebagai pengguna sosial media terlihat jelas bahwa setiap orang dapat berinteraksi dan menyebarkan informasi menggunakan media tersebut. Ditambah hadirnya telepon pintar (*smartphone*) yang memudahkan penggunaannya. Beberapa sosial media yang paling populer saat ini adalah Facebook, Twitter, Path, Youtube, Pinterest dan Instagram.

Salah satu sosial media yang cukup berpengaruh dalam menyebarkan informasi saat ini adalah Instagram. Ini terlihat dari pesatnya pertumbuhan pengguna sosial media Instagram. Bahkan kian pesatnya jumlah pengguna baru Instagram, sampai-sampai mengalahkan jumlah pengguna baru Facebook, Twitter, dan Pinterest jika digabungkan. Survei ini dilakukan oleh firma penelitian pemasaran Global Web Index. Dalam survei yang dilakukan pada kuartal empat 2013, dan dipublikasikan pada Januari 2014 tersebut, tercatat Facebook hanya memiliki pertumbuhan pengguna aktif sebesar 3 persen saja. Sementara Instagram, mencapai 23 persen (tekno.kompas.com, 2016)

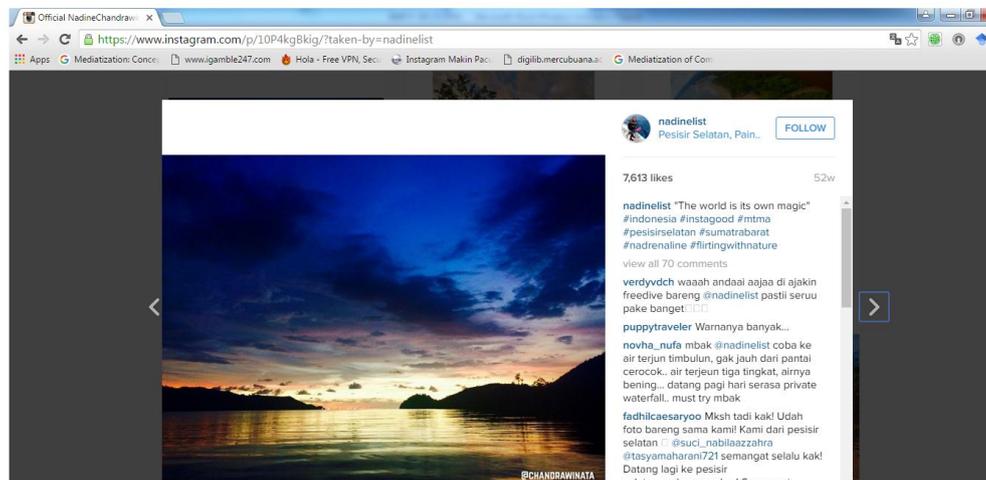
Hal tersebut merupakan salah satu alasan peneliti memilih Instagram sebagai objek penelitian. Alasan ini memperkuat temuan peneliti dalam kehidupan bersosial dimana dari sebagian besar rekan-rekan peneliti mengaku mengetahui informasi mengenai Kawasan Wisata Mandeh melalui Instagram hingga akhirnya memiliki keinginan mengunjungi kawasan tersebut, karenanya Kawasan Wisata Mandeh menjadi salah satu topik yang banyak dibicarakan.

Pengaruh Instagram ini juga dibuktikan dengan penggunaanya yang sudah mencapai 500 juta pengguna aktif. Hal ini disampaikan Instagram di *blog*nya pada 23 Juni 16. Instagram merupakan sebuah aplikasi sosial media tak berbayar yang dapat di *download* oleh pengguna Iphone, android serta windows. Di dalam aplikasi ini kita bisa mengambil foto, mengeditnya dengan berbagai *filter*, lalu megunggah atau membaginya ke sosial media lain secara mudah, serta menggugah foto dengan menggunakan jaringan internet sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat (Linashcke, 2011:56). Instagram juga memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan *filter* digital, dan membagikannya ke berbagai layanan sosial media. Instagram memiliki berbagai *fitur* yang memungkinkan penggunaanya untuk lebih mudah berbagi informasi dengan pengguna lainnya. Kemudian ada pula *fitur-fitur* tambahan yang dapat digunakan dengan aplikasi lainnya yang terhubung dengan Instagram seperti *fitur repost*, dimana pengguna dapat mengunggah ulang foto unggahan pengguna lain untuk ditampilkan di *feed* miliknya. Oleh sebab itu Instagram telah menjadi rumah untuk *visual storytelling* bagi banyak orang (<https://www.instagram.com/about/us/> .Oktober 2015).

Mudahnya penggunaan Instagram, serta semakin banyaknya Instagram digunakan untuk bertukar informasi, tidak jarang Instagram dimanfaatkan untuk berbagai kepentingan, baik untuk kepentingan sekelompok orang, instansi atau pribadi. Dari berbagai kepentingan tersebut ada yang menggunakannya untuk menampilkan karyanya, menjual serta membeli barang, atau hanya berbagi kehidupan sehari-hari. Mereka dapat mengunggah foto atau video bersama orang lain, sedang berada disuatu tempat, atau mengunggah hal lain yang mereka sukai.

Ketika seseorang mengunggah sebuah foto dalam akun Instagram miliknya, maka foto ini dapat dilihat oleh pengguna akun lain. Hal ini tidak menutup kemungkinan bahwa pengguna akun lain juga memiliki ketertarikan untuk melakukan hal yang sama. Misalnya saja

mengunjungi tempat yang ada di unggahan tersebut. Seperti gambar 1.1 yang merupakan unggahan mengenai Kawasan Wisata Mandeh



Gambar 1.1 : Salah satu unggahan mengenai Kawasan Wisata Mandeh

Sumber: Instagram @nadinelist

Contohnya, jika seseorang mengunggah sebuah foto di suatu tempat yang indah ke akun Instagram miliknya, tentunya unggahan tersebut akan dilihat oleh orang lain sesama pengguna akun Instagram. Hal ini tidak menutup kemungkinan bahwa orang lain yang sudah melihat foto tersebut juga berkeinginan untuk mengunjungi lokasi atau tempat yang sama dengan apa yang dilihatnya. Ini sesuai dengan apa yang diutarakan Nick Couldry.

Menurut Nick Couldry, dalam bukunya *Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice* disebutkan bahwa pengalaman bermedia kita berubah karena teknologi yang kita gunakan juga berkembang. Sehingga hal ini turut serta mengubah kebiasaan kita dalam bermedia (Couldry, 2012:19). Contohnya dulu ketika kita ingin berkunjung kesuatu tempat, kita hanya menjadikan informasi dari media konvensional sebagai acuan. Seperti Bali yang sering di promosikan oleh media konvensional sebagai tujuan wisata, sehingga informasi yang kita dapatkan hanya seputar Bali saja, dan kita tidak mengetahui tempat-tempat lain, sekalipun berada dekat dari kita.

Namun kini seiring berubahnya cara kita bermedia yang dulu didominasi media konvensional kini ditambah dengan kehadiran *new media* membuat informasi bisa berdatangan bukan hanya hanya dari media konvensional namun juga *new media*, seperti sosial media contohnya Instagram. Bahkan bisa diibaratkan dengan perangkat digital kita dapat bercerita yaitu bercerita secara digital. Dimana kita bisa mendapatkan informasi atau cerita digital itu secara *visual* maupun *audiovisual*.

Ini terjadi kepada pengunjung Kawasan Wisata Mandeh, dimana para pengunjung sebelum mengunjungi tempat tersebut mereka terlebih dahulu melihat dan tertarik dengan unggahan orang lain di Instagram. Untuk membuktikan hal tersebut peneliti melakukan wawancara awal dengan 10 orang yang sudah pernah mengunjungi Kawasan Wisata Mandeh. Wawancara tersebut menghasilkan bahwa 9 dari 10 orang tersebut mengaku mengetahui informasi mengenai Kawasan Wisata Mandeh melalui unggahan-unggahan di Instagram. Hal ini dikarenakan mereka dapat melihat tempat yang akan mereka datangi secara *visual* dan *audiovisual*, seperti foto dan video pendek berdurasi maksimal 60 detik.

Selain itu peneliti juga melakukan wawancara pada Dinas Pariwisata Pesisir Selatan dimana Kawasan Wisata Mandeh berada. Peneliti menemukan fakta menarik bahwa menurut pengakuan bapak Is Fildi selaku salah satu staf Dinas Pariwisata Pesisir Selatan, Dinas Pariwisata Pesisir Selatan tidak melakukan upaya dalam memperkenalkan Kawasan Wisata Mandeh melalui Instagram bahkan tidak mengetahui adanya unggahan-unggahan mengenai Kawasan Wisata Mandeh di Instagram.

Selain itu diperkuat juga dengan pengakuan beliau bahwa pada tahun 2014 pernah diadakan kegiatan *Joy Sailing 1*, dan kegiatan *Joy Sailing 2* pada Februari 2015. Seperti kutipan wawancara yang dilakukan pada 25 Mei 2015, sebagai berikut:

“Pada kegiatan *Joy Sailing 1* pengunjung Kawasan Wisata Mandeh tidak sebanyak *Joy Sailing 2* yang diperkirakan mencapai 2500 pengunjung”.

Hal ini juga dikarenakan mulai banyaknya unggahan-unggahan mengenai Kawasan Wisata Mandeh di Instagram oleh para pengguna akun sosial media tersebut. Dari data diatas terlihat bahwa memang media, khususnya sosial media Instagram memiliki peran dalam pengenalan Kawasan Wisata Mandeh. Oleh karena itu peneliti ingin melihat peran media dalam meningkatkan keinginan masyarakat mengunjungi Kawasan Wisata Mandeh dengan menggunakan teori *Mediatization*. Judul dari penelitian ini adalah “*Mediatization* Melalui Instagram Oleh Pengunjung Kawasan Wisata Mandeh

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, permasalahan yang penulis rumuskan dalam penelitian ini adalah bagaimana *Mediatization* melalui Instagram oleh pengunjung Kawasan Wisata Mandeh?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian yang penulis rumuskan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui *Mediatization* melalui Instagram oleh pengunjung Kawasan Wisata Mandeh

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Sebagai bahan kajian Ilmu Komunikasi khususnya mengenai hal-hal yang berpengaruh dalam kajian teknologi komunikasi, serta *new media* dan perkembangan teknologi dan komunikasi dewasa ini sekaligus dapat memperkaya topik kajian Ilmu Komunikasi dibidang *new media*.



2. Memberikan gambaran tentang bagaimana *Mediatization* melalui sosial media Instagram dan perannya pada pengunjung Kawasan Wisata Mandeh

1.4.2. Manfaat Praktis

1. Dapat menjadi pertimbangan bagi mahasiswa dan juga instansi terkait seperti Dinas Pariwisata dalam menggunakan sosial media dengan lebih maksimal, efektif dan lebih bermanfaat.



