

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi sekarang ini telah banyak menunjukkan kemajuan yang luar biasa. Ini terbukti dengan hadirnya internet sebagai sebuah media baru yang memberikan kelebihan dalam menyediakan berbagai informasi. Fitur-fitur yang ditawarkan internet yang disebut juga dengan jejaring sosial seperti *Facebook, Twitter, Skype, Path* dan sosial media lainnya yang ditawarkan oleh internet membuat penggunanya dapat memilih dengan cara apa mereka berkomunikasi dan membagikan informasi dengan siapapun dan dimanapun mereka berada. Kemudahan yang diberikan internet ini membuat penggunanya merasa nyaman dan menjadikan internet sebagai suatu kebutuhan dalam hidupnya. “Internet dihuni oleh jutaan orang nonteknik yang menggunakannya setiap hari untuk berkomunikasi dan mencari informasi” (Ardianto dkk, 2007: 151).

Indonesia merupakan negara dengan jumlah pengguna internet dan sosial media terbesar di dunia dengan mencapai 72 juta. Dari hasil survei yang dilakukan oleh Pusat Kajian Komunikasi (PUSKAKOM) UI pada tahun 2015 menjelaskan bahwa tidak kurang dari 87% pengguna internet di Indonesia mengaku menggunakan sosial media saat terhubung ke Internet. Alasan kedua untuk mencari informasi atau searching dan browsing sebanyak 68,7% dan 11%

melakukan transaksi jual beli online (<http://blog.idkeyword.com/profil-pengguna-internet-di-indonesia-tahun-2015/> diakses tanggal 3 April 2016, pukul 22:50).

Media sosial yang saat ini sangat diminati adalah *Instagram*. *Instagram* merupakan sebuah aplikasi *microbloging* yang mempunyai fungsi utama sebagai sarana mengunggah foto. *Instagram* dikembangkan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger yang tergabung dalam perusahaan yang mereka kembangkan sendiri yaitu, Burbn, Inc, sampai akhirnya diakuisisi oleh *Facebook* pada tahun 2012.

Disamping fungsi utamanya sebagai pengunggah foto, *Instagram* sendiri dapat digunakan untuk menyunting foto-foto dengan menerapkan 16 efek filter, dan juga dapat mengunggah video berdurasi pendek. Dengan *Instagram* foto-foto dan video dapat dikolaborasikan untuk diposting dalam media sosial lainnya seperti *Facebook*, *Twitter*, *Flicker* dan *Foursquare*.

Menurut data dari TNS, sebuah perusahaan riset dan analisis dari Inggris mengungkap bahwa Indonesia merupakan salah satu negara pengguna *Instagram* terbanyak setelah Jepang dan Brasil. Dari survei terhadap 1033 responden yang dilakukan oleh JakPat bulan Januari, sebanyak 87,45% masyarakat Indonesia pria dan wanita aktif menggunakan *Facebook* dan pada peringkat kedua diduduki oleh *Instagram* yang menyalip *Twitter* dengan persentase 69,21%, sedangkan *Twitter* sebanyak 41,31%. Hasil survei JakPat tersebut juga menyebutkan media sosial *Instagram* sangat diminati oleh kalangan muda yang rata-rata berusia 16-25 tahun. Sebagian besar pengguna *Instagram* menggunakannya untuk mencari informasi

produk *online shop* dan meme, kemudian sebanyak 48% pengguna *Instagram* gemar mengunggah foto-foto liburan dan wisata mereka (<http://dailysocial.id/post/survei-instagram-kini-lebih-populer-ketimbang-twitter-di-indonesia/> diakses tanggal 3 April 2016, pukul 23.00).

*Instagram* dianggap sebagai media yang efektif yang dapat dijadikan sebagai sarana promosi serta untuk menyebarkan informasi wisata, baik dalam bahkan luar negeri. Banyak para *traveler* pada saat sekarang ini yang mulai berwisata setelah melihat foto-foto di *Instagram*. Banyak akun-akun *Instagram* yang digunakan sebagai sarana mempromosikan potensi-potensi daerah wisata yang ada di seluruh dunia dan juga di daerah-daerah yang ada di Indonesia khususnya di Sumatera Barat.



**Gambar 1.1** profil akun instagram @exploreminang  
Sumber : *Instagram* 2016

Akun *Instagram* @exploreminang adalah salah satu akun yang membagikan moment-moment foto lokasi wisata, budaya, dan kuliner serta bisa dijadikan sebagai media promosi tempat wisata tersebut sehingga orang-orang tertarik untuk mengunjungi lokasi wisata yang dipost dari akun *instagram* @exploreminang itu sendiri maupun yang direpost dari akun *instagram* orang lain.

Selain kebutuhan primer (sandang, pangan dan papan) manusia tentunya perlu memenuhi kebutuhan sekunder dan tersier. Salah satunya yaitu dengan melakukan perjalanan atau yang sering disebut dengan *traveling* untuk melepaskan penat dan lelah dari rutinitas sehari-hari. *Traveling* juga dapat menambah pengetahuan dan menjadikan diri lebih fleksibel. Fenomena tersebut yang mendasari banyaknya akun-akun *instagram* yang bertemakan wisata bermunculan. Diantara banyaknya akun-akun *instagram* yang bertemakan wisata di Sumatera Barat, akun *instagram* @exploreminang lebih banyak memberikan postingan dari akun-akun lainnya dan juga memiliki *followers* atau pengikut yang cukup banyak. Tempat wisata yang ditampilkan tidak hanya tempat wisata yang sudah dikenal tetapi juga tempat-tempat wisata baru yang belum dikenal bahkan belum dijamah oleh masyarakat yang nantinya akan menjadi sebuah tujuan wisata baru yang menarik.

Berikut tabel data dari akun-akun instagram yang bertemakan wisata di Sumatera Barat:

**Tabel 1.1 : Tabel akun *Instagram* April 2016**

<b>AKUN</b>	<b>POSTINGAN</b>	<b>FOLLOWERS</b>
@sumbar_rancak	2525	95,5k
@exploreminang	4280	44,7k
@rancakbana_	555	32,4k
@exploresumatrabarat	418	42,7k
@explore_sumbar	1036	16,4k

Oleh karena itu penelitian ini ingin mengetahui bagaimana hubungan atau korelasi dari akun *instagram* @exploreminang dengan minat mahasiswa untuk melakukan perjalanan atau traveling sekaligus berpetualang. Adapun teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Uses and Gratification*. Teori yang dicetuskan oleh Katz, Gurevitch dan Haas ini dimulai dari lingkungan sosial yang menentukan khalayak lalu menuju pada pemenuhan individual yang pengkategorisasiannya meliputi sebagai berikut:

a. **Kebutuhan Kognitif**

Kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan informasi, pengetahuan dan pemahaman mengenai lingkungan,

b. **Kebutuhan Afektif**

Kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan pengalaman-pengalaman yang estetis, menyenangkan dan emosional.

c. **Kebutuhan Pribadi Secara Integratif**

Kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas dan status sosial.

d. **Kebutuhan Sosial Secara Integratif**

Kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kontak sosial.

e. **Kebutuhan Pelepasan Ketegangan**

Kebutuhan yang berkaitan dengan upaya menghindari tekanan, ketegangan dan hasrat akan keanekaragaman (Effendy, 2003: 294).

Dari pengalaman dan hasil pengamatan serta wawancara awal peneliti dengan beberapa mahasiswa dapat disimpulkan bahwa mahasiswa sangat tertarik melakukan perjalanan untuk melepas penat dari rutinitas sehari-hari dan juga mendapatkan hiburan serta sebagai sebuah hobi. Kegiatan traveling dapat dilakukan sebagai bentuk pemanfaatan waktu senggang. Mahasiswa menyukai foto yang di unggah oleh akun *instagram* @exploreminang dan mereka dapat mengetahui lokasi wisata baru dari akun tersebut. Dari observasi awal, peneliti melihat minat dan ketertarikan mahasiswa untuk melakukan perjalanan wisata

atau *traveling* terlihat pada banyaknya postingan dan *followers* pada akun @exploreminang, serta banyaknya orang yang menandai fotonya ke akun *instagram* @exploreminang.

Penelitian ini menggunakan mahasiswa Universitas Andalas sebagai responden penelitian. Peneliti memilih mahasiswa sebagai responden penelitian didasari beberapa pertimbangan, mahasiswa cenderung memiliki waktu luang pada akhir pekan atau masa liburan tiba. Umumnya mahasiswa memiliki tingkat emosional yang cukup tinggi dimana ada kalanya mereka merasa lelah dan penat dalam melakukan aktivitas perkuliahan sehari-hari, untuk itu biasanya mereka memanfaatkan akhir pekan atau waktu liburan untuk melakukan perjalanan atau travelling serta berpetualang dengan teman, keluarga maupun seorang diri.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka penulis tertarik untuk meneliti masalah tersebut dengan judul:

**“Korelasi Penggunaan *Instagram* @exploreminang dengan Minat *Traveling* Mahasiswa (Studi Tentang Minat Mahasiswa Universitas Andalas)”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti merumuskan masalah yang akan dibahas yaitu “Bagaimana korelasi penggunaan *instagram* @exploreminang dengan minat *traveling* mahasiswa khususnya mahasiswa Universitas Andalas?”

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan penggunaan akun *instagram* @epxloreminang oleh mahasiswa Universitas Andalas
2. Untuk mendeskripsikan korelasi penggunaan antara akun *instagram* @exploreminang dengan minat *traveling* mahasiswa Unand

### 1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti dalam penggunaan media sosial sebagai salah satu teknologi komunikasi secara bijaksana.

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ranah pengetahuan dalam bidang *new media* khususnya mengenai sosial media. Dan juha diharapkan menjadi sebuah referensi atau acuan untuk mengembangkan penelitian selanjutnya serta menambah kajian pemikiran khususnya bagi pengembangan Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial lainnya.