

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Aktivitas yang dilakukan setiap manusia tidak terlepas dengan penggunaan internet di era globalisasi seperti pendidikan, pekerjaan dan pariwisata. Tingginya angka penggunaan internet untuk mencari berita dan informasi semakin diperkuat dengan kehadiran Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang keterbukaan informasi publik yang menjamin hak warga negara untuk mengetahui rencana pembuatan kebijakan publik, dan proses pengambilan keputusan publik. Merujuk pada Undang Undang Dasar (UUD) Republik Indonesia tahun 1945 pasal 28 F ayat 2, yang berbunyi “setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya, serta berhak untuk mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah dan menyampaikan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang telah tersedia”.

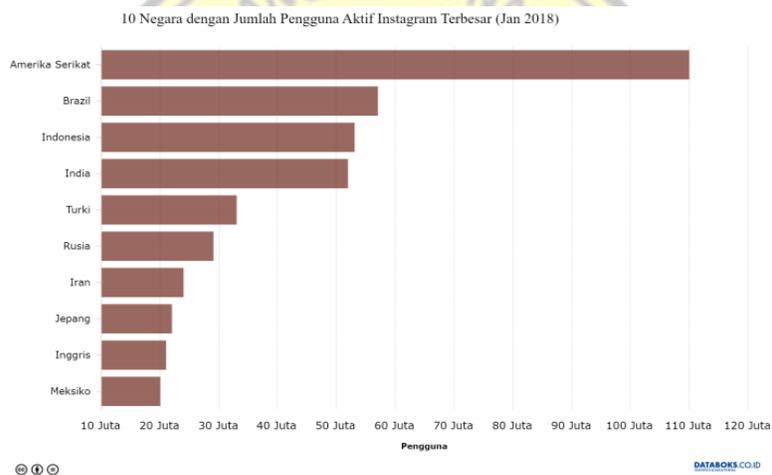
Seiring dengan kemajuan sistem informasi, banyak hal yang mengalami perubahan diantaranya teknologi, komunikasi dan informasi yang semakin kian berkembang. Tuntutan masyarakat yang ingin selalu instan dan cepat dalam melakukan sesuatu, memicu produsen teknologi dan penyedia layanan informasi terus bersaing untuk mendapat tempat di masyarakat. Perkembangan sistem komunikasi, informasi dan teknologi, internet berkembang cepat dan menjadi bagian penting dalam urusan masyarakat, seperti perekonomian, pendidikan, kesehatan dan juga sebagai media hiburan yang efektif.

Salah satu contoh media yang paling berkembang pesat adalah media baru yaitu media internet atau *new media* yang mempunyai cara penyampaian informasi yang berbeda dari media lainnya. Media internet media yang membutuhkan perangkat berbasis komputer dan koneksi internet dalam mencari suatu informasi yang diinginkan. Dengan berkembangnya media internet pada tahun ini banyaknya khalayak yang ingin mengetahui dan menambah wawasan melalui media yang salah

satunya media sosial berupa Instagram.

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh WeAreSocial.net dan Hootsuite, Indonesia termasuk 10 negara terbanyak menggunakan Instagram, yaitu peringkat ketiga. Total pengguna Instagram di dunia mencapai angka 800 juta pada Januari 2018. Pengguna aktif Instagram terbesar berasal dari Amerika Serikat sebanyak 110 juta. Disusul Brasil dengan 57 juta pengguna aktif dan Indonesia berada di urutan ketiga dengan 55 juta. Berikut adalah hasil survei pengguna Instagram di dunia pada Januari 2018:

**Gambar 1. Hasil Survei Pengguna Instagram di Dunia**



Sumber : WeAreSocial.Net

Instagram merupakan media sosial yang dimana para pengikutnya dapat menampilkan beberapa momen seperti foto dan video. Media sosial Instagram mempunyai fitur-fitur yang menarik di dalamnya. Banyak pengguna yang memanfaatkan media sosial Instagram ini dengan sebaik mungkin dari menjual produk, mencari informasi, dan lain-lain. Media sosial Instagram juga tidak hanya menjadikan media sosial yang hanya membagikan *moment*, tetapi banyaknya pengguna media sosial Instagram yang berbisnis dan salah satunya yaitu bidang fotografi.

**Gambar 2. Unggahan Instagram @lingkarindonesia**



Sumber: @Instagram @lingkarindonesia

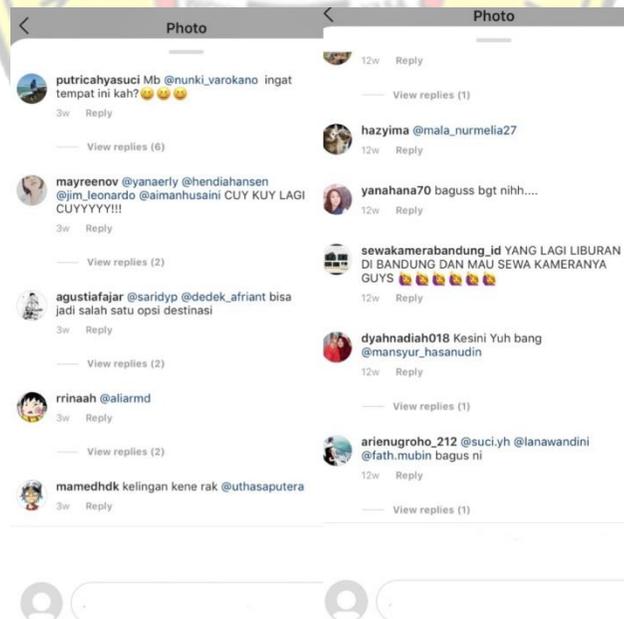
Terlihat dari para pengguna akun-akun media sosial yang banyak diikuti oleh para pengguna lainnya. Jika pengguna mempunyai minat kearah fotografi maka akan mengikuti (*following*) akun-akun yang membahas atau mengunggah hal-hal yang berhubungan dengan fotografi. Sama halnya dengan pengguna yang memiliki minat berpetualang maka mereka akan mengikuti akun yang membahas tentang *travelling*. Sehingga dapat dikatakan bahwa media sosial memiliki kekuatan untuk memengaruhi individu untuk melakukan suatu hal yang baru salah satu contohnya adalah menumbuhkan minat pengguna akan suatu hal.

Fenomena inilah yang menjadi latar belakang peneliti, ditambah dengan banyaknya orang yang ingin dan melakukan *travelling* setelah melihat isi pesan di dalamnya yang membahas tentang *travelling*. Banyaknya Instagram yang bertemakan travelling seperti folkinindonesia, parapejalan, kerengan, lingkarindonesia dan salah satu akun yang terkenal adalah @lingkarindonesia. Menurut pembuat dan pengelola, akun ini berdiri pada tanggal 5 November 2015 dan pada tanggal 1 September akun ini sudah memiliki lebih dari 343.000 pengikut di akunnya dan juga telah

memposting 2.332 foto yang berkaitan dengan *travelling*. Pengikut (*followers*) @lingkarindonesia memberikan *feedback* berupa *like* dan *comment* sehingga menjadikan @lingkarindonesia sebagai akun Instagram yang bertemakan *travelling* yang cukup terkenal.

Akun ini mempunyai tujuan awal yaitu ingin memperkenalkan tempat-tempat wisata yang ada di bumi Indonesia tercinta kepada *traveller*. Sasaran yang dituju oleh pembuat dan pengelola akun ini yaitu para traveller dari berbagai umur dan kalangan seperti komunitas yang dibentuk dari daerah-daerah yang ada Indonesia, komunitas yang dibentuk dari sekolah dan universitas, para pelajar dan mahasiswa yang ingin melakukan perjalanan menuju tempat wisata yang mungkin saja sebelumnya tidak mengetahui tempat yang akan mereka tuju. Hal tersebut dapat menarik perhatian dengan dilihat dari jumlah pengikut yang banyak dalam waktu yang tidak terlalu lama dan juga dari respon positif para pengguna Instagram lain yang mengikuti akun ini yang bisa dilihat dari komentar dan tanda "love" yang banyak pada setiap postingannya.

**Gambar 3. Komentar di Instagram @lingkarindonesia**



Sumber: Instagram @lingkarindonesia

Isi pesan merupakan apa yang ingin disampaikan, dengan menyangkut tiga macam daya tarik yang ditawarkan kepada para pengguna di Instagram yaitu daya tarik rasional yang menekankan manfaat produk seperti kualitas, harga dan nilai. Daya tarik emosional berusaha memanfaatkan emosi positif atau negatif di dalam isi pesan yang disampaikan di akun Instagram. Daya tarik moral berfokus pada upaya mendorong pengguna Instagram agar mendukung dan berpartisipasi dalam akun Instagram @lingkarindonesia. Daya tarik isi pesan yang dibuat oleh @lingkarindonesia memusatkan perhatiannya pada unggahan yang memiliki tampilan yang lebih bagus dan menarik perhatian para *traveller*, sehingga tidak semua unggahan dapat dijadikan daya tarik para *traveller* tetapi unggahan yang memiliki karakteristik tertentu yang membuat para *traveller* mengambil keputusan untuk melakukan *travelling*.

Keputusan bagi pengguna merupakan proses kegiatan penting karena di dalam proses tersebut memuat berbagai langkah yang terjadi secara berurutan sebelum pengguna mengambil keputusan. Bila pengguna memutuskan untuk *travelling*, pengguna akan menjumpai serangkaian keputusan yang harus diambil menyangkut isi pesan yang ada di dalam Instagram @lingkarindonesia. Berbagai langkah dilihat seperti seberapa banyak “love” dan komentar para pengguna lainnya yang ingin ikut serta dalam keputusan untuk *travelling*.

Alasan peneliti melakukan penelitian ini karena terdapat unsur fenomena yang menarik dalam kasus ini, yaitu salah satu aplikasi Instagram @lingkarindonesia. Aplikasi ini adalah aplikasi yang *modern* di kalangan penjuru dunia, dengan aplikasi instagram dapat mengetahui informasi dan pengetahuan yang sebelumnya diketahui.

Survei yang dilakukan peneliti pada 10 orang mahasiswa/i di Universitas Pancasila, terdapat 10 mahasiswa yang mengetahui akun instagram @lingkarindonesia, tujuh di antaranya tertarik terhadap akun instagram @lingkarindonesia, dan tiga mahasiswa lainnya tidak tertarik dengan akun instagram @lingkarindonesia. Salah satu yang paling banyak tertarik dengan @lingkarindonesia

yaitu Fakultas Pariwisata Universitas Pancasila karena sering melakukan *study tour*, studi banding, dan observasi di tempat-tempat wisata alam maupun kebudayaan yang ada di Indonesia. Selain itu, mereka juga mempunyai hobi *travelling* berkunjung ke destinasi-destinasi wisata yang ada di dalam maupun luar negeri. Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan suatu penelitian guna mengetahui seberapa besar pengaruh daya tarik isi pesan yang ada di dalam Instagram @lingkarindonesia terhadap keputusan untuk melakukan travelling. Maka penelitian ini mengambil judul “Pengaruh daya tarik isi pesan @lingkarindonesia terhadap keputusan untuk travelling”.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, hal yang menjadi masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Apakah ada pengaruh daya tarik isi pesan Instagram @lingkarindonesia terhadap keputusan untuk *travelling*.
- b. Seberapa besar pengaruh daya tarik isi pesan Instagram @lingkarindonesia terhadap keputusan untuk *travelling*.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan masalah pokok yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk melihat adanya pengaruh daya tarik isi pesan Instagram @lingkarindonesia terhadap keputusan untuk *travelling*.
- b. Untuk melihat seberapa besar pengaruh daya tarik isi pesan Instagram @lingkarindonesia terhadap keputusan untuk *travelling*.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Manfaat akademis

Penelitian ini menguji teori komunikasi persuasif melalui media sosial yaitu Instagram untuk melakukan suatu tindakan melalui pesan yang unik dan

sederhana di dalam Instagram dapat memusatkan perhatian pada upaya mengubah, memperkuat sikap, dan kepercayaan khalayak melalui isi pesan yang ada di dalam unggahan.

## 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat memberikan informasi mengenai pengaruh media sosial terhadap keputusan untuk melakukan sesuatu, media sosial tersebut yaitu Instagram, Instagram tidak hanya sekedar untuk mengunggah foto dan vidio melainkan tempat untuk mempromosikan suatu hal seperti pariwisata di indonesia. Dapat dikatakan bahwa Instagram mempunyai pengaruh penting terhadap promosi-promosi yang dilakukan untuk mengubah sikap.

### 1.5 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam penyusunan skripsi, penulis membuat kerangka sinematika penulisannya sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang signifikansi penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

#### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini meliputi uraian berbagai teori-teori dan pengertian-pengertian yang menjadi dasar untuk menguraikan masalah dan dalam memecahkan masalah yang dikemukakan dalam penulisan.

#### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisikan uraian mengenai metode dari penelitian, jenis penelitian, metode analisis data, metode pengumpulan data, teknik analisis data serta waktu dan tempat penelitian dilakukan.

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bagian ini mengenai deskripsi hasil penelitian, analisis, variabel, serta hasil penelitian dan pembahasan.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Berisikan kesimpulan dan saran pemahaman tentang masalah yang diteliti berkaitan dengan skripsi peneliti.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Memuat referensi yang penulis gunakan untuk melengkapi pengumpulan data-data dalam proses pengerjaan penelitian.

