

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pariwisata merupakan segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut. Pariwisata merupakan industri yang terus berkembang di dunia. Pariwisata saat ini industri yang terus berkembang di dunia. Seperti yang kita ketahui bahwa dunia bisnis terbagi menjadi dua bagian yaitu bisnis jasa dan bisnis barang. Bisnis barang maupun jasa keduanya bertujuan untuk pemenuhan kebutuhan dan juga keinginan konsumennya. Salah satu kebutuhan yang tidak bisa terlepas untuk seseorang ialah kebutuhan pergi berlibur, hal ini menjadi peluang usaha bagi penggiat bisnis di industri *tour & travel agent* (Suwena & Widyatmaja, 2017).

Tour & travel agent merupakan usaha jenis lama yang masih mampu mempertahankan potensinya sebagai peluang usaha yang tetap menjanjikan. Hal ini pun merupakan salah satu faktor yang membuat para wisatawan mancanegara datang ke Indonesia dan dengan mudah mencari jasa *tour & travel* melalui internet untuk membantu perjalanan mereka. Internet digunakan untuk mempermudah wisatawan mencari biro perjalanan yang dapat membantu mereka untuk efisiensi waktu liburannya. Jumlah pengguna internet terus meningkat setiap tahunnya. Hampir semua pengguna gadget atau *smartphone* sudah dapat dengan mudah terhubung ke internet untuk memenuhi berbagai keperluannya. Para pengusaha travel tradisional pun sudah mulai beralih ke pemasaran melalui internet. Untuk menarik minat para wisatawan dalam menggunakan jasa *tour & travel agent* diperlukan proses penyampaian informasi melalui komunikasi pemasaran. Salah satu komunikasi pemasaran yang banyak digunakan adalah pemasaran media sosial.

Media sosial adalah alat pemasaran yang paling berpengaruh yang telah berevolusi dalam waktu singkat dan memiliki ribuan koneksi yang terpapar ke dalam kegiatan pemasaran tanpa memandang waktu (Damayanti, Chan, & Barkah, 2021). Agent *tour & travel* menggunakan berbagai strategi untuk melakukan promosi dari jasa yang dimiliki, salah satunya melalui unggahan media sosial yang dimilikinya. Ada beberapa media sosial yang populer di masyarakat, seperti *Facebook*, *Twitter*, *Pinterest*, *Youtube*, *website* dan *Instagram*. Setiap media sosial yang digunakan memiliki tata cara pemakaian yang berbeda-beda, seperti *Instagram* yang hanya dapat membagikan foto dan video yang dapat diisi dengan link,

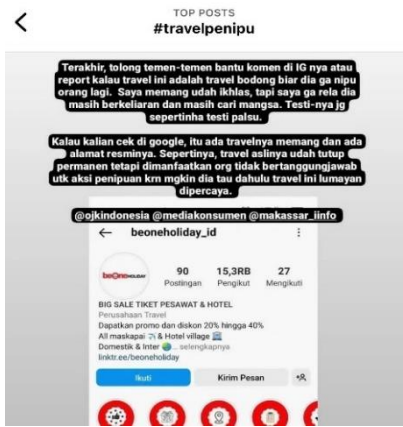
keterangan, tag, dan hahstag. Menurut Gunelius (2011:59–62), terdapat empat pilar yang dijadikan sebagai dimensi kesuksesan yang dapat di tuai melalui sosial media yakni :

- a. *Content creation*, makna nya konten yang menarik menjadi landasan strategi dalam melakukan promosi di media sosial
- b. *Content sharing*, membagikan konten kepada komunitas sosial dapat membantu memerluas jaringan sebuah bisnis dan memerluas online *audience*
- c. *Connecting*, artinya jejaring sosial media memungkinkan seseorang bertemu dengan lebih banyak orang dan hubungan yang terjalin antara pemberi dan penerima informasi/pesan di media sosial tersebut.
- d. *Community building*, web sosial merupakan sebuah komunitas online besar di mana terjadi interaksi antar manusia yang tinggal di seluruh dunia dengan menggunakan teknologi (Damayanti et al., 2021).

Penggunaan promosi di media sosial yang dilakukan *Agen Tour & Travel* adalah salah satu bagian usaha dari sekian usaha lain yang di maksudkan guna menarik minat wisatawan supaya menggunakan jasa mereka. Namun terlepas dari uraian yang diatas, saat ini banyak jasa biro perjalanan yang bodong alias abal-abal. Dengan berbagai pilihan yang menggiurkan, menawarkan liburan dengan tujuan menarik akan tetapi harga yang di patok cukup murah dan tidak masuk akal. Modusnya, *Agen tour & travel* ini memberi harga dibawah pasaran untuk mengikat calon konsumen lalu setelah mendapat bukti transaksi yang diinginkan, *Agen tour & travel* ini menghilang dengan melakukan pemblokiran semua akses komunikasi dari konsumen yang telah tertipu. Berikut penulis akan memberikan beberapa contoh kasus penipuan Agen travel yang terjadi yang di unggah di platform media online :

Tabel 1.
Beberapa kasus penipuan Agen Travel

| No. | Judul Berita | Jenis Platform | Link Berita / Bentuk Visual |
|-----|---|----------------|---|
| 1. | Heboh Turis ditipu Agen Travel di Labuan Bajo | Detik.com | https://travel.detik.com/travel-news/d-5944682/heboh-turis-ditipu-agen-travel-di-labuan-bajo |

| | | | |
|----|--|------------------------|---|
| 2. | Polda Metro sebut korban penipuan Agen Travel umrah Naila Syafaah lebih dari 500 orang | Metro.tempo | https://metro.tempo.co/read/1708141/polda-metro-sebut-korban-penipuan-agen-travel-umrah-naila-syafaah-lebih-dari-500-orang |
| 3. | Penipuan Agen travel melalui akun instagram milik @beoneholiday_id | Media Sosial Instagram |  |

Hal ini masih sering terjadi hingga saat ini dan perlu untuk diwaspadai. Perlunya mencari *Agen tour & travel* yang amanah dan terpercaya agar tidak menjadi korban dari penipuan *Agen tour & travel* abal-abal. Dari pernyataan yang sudah dijelaskan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap peran media sosial instagram dalam membangun *Agen tour & travel* yang amanah dan terpercaya. Dan yang menjadi subyek penelitian kali ini adalah salah satu *Agen tour & travel* yang terdapat di Yogyakarta yaitu Agen Tour Wuki travel.

Konsep amanah sendiri dalam Al-Qur'an mengacu pada kepercayaan serta tanggung jawab yang diberikan oleh Allah *subhanahu wa ta'ala* kepada manusia untuk menjaga, memelihara dan menggunakan segala sesuatu yang telah diberikan dengan sebaik-baiknya. Konsep amanah ini terdapat dalam beberapa ayat Al-Qur'an, di antaranya :

a. QS. Al- Ahzab: 72

إِنَّا عَرَضْنَا الْأَمَانَةَ عَلَى السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَالْجِبَالِ فَأَبَيْنَ أَنْ يَحْمِلْنَهَا وَأَشْفَقْنَ مِنْهَا وَحَمَلَهَا
الْإِنْسَانُ إِنَّهُ كَانَ ظَلُومًا جَهُولًا

“Sesungguhnya Kami telah menawarkan amanat kepada langit, bumi dan gunung-gunung; tetapi semuanya enggan untuk memikul amanat itu dan mereka khawatir tidak akan melaksanakannya (berat), lalu dipikullah amanat itu oleh manusia. Sungguh, manusia itu sangat zalim dan sangat bodoh”.

b. QS Al-Anfal: 27

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمْنَتِكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui.”

c. QS An-Nisa: 58

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۗ إِنَّ اللَّهَ
نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

“Sungguh, Allah menyuruhmu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia hendaknya kamu menetapkannya dengan adil. Sungguh, Allah sebaik-baik yang memberi pengajaran kepadamu. Sungguh, Allah Maha Mendengar, Maha Melihat.”

Seruan Al-Qur'an kepada amanah bukan hanya menyangkut tentang kepercayaan dan tanggung jawab seseorang, melainkan juga berhubungan dengan keimanan seseorang. Dikatakan bahwa orang yang beriman sudah seharusnya mempunyai sifat amanah yang merupakan sifat terpuji.

Makna amanah terdahulu bahwasanya kata amanah memiliki arti beragam tidak terbatas dengan kekhususan tertentu, menurut Ahmad Musthafa Al-Maraghi dalam tafsirnya Al-Maraghi amanah menjadi tiga kategori diantaranya :

a. Amanah antara hamba dan Tuhannya. Kategori ini merupakan sebuah kewajiban yang diperintahkan Allah kepada hambanya, amanah tersebut berupa ketakwaan kepada Allah yang direalisasikan dengan cara memenuhi segala perintah Allah dan menjahui semua larangannya. Menurut beberapa pendapat bahwa segala bentuk kemaksiatan termasuk dari pengkhianatan terhadap Allah.

b. Amanah antara hamba dan sesamanya. Sudah menjadi sebuah hukum alam bahwa manusia mempunyai ketergantungan satu dengan yang lainnya, karena manusia merupakan makhluk sosial. Keterikatan dan ketergantungan dengan yang lain pun pasti selama ia hidup dimuka bumi. Oleh sebab itu, amanah dalam kategori ini ruang lingkupnya adalah kehidupan antar sesama manusia, contoh seperti: menjaga rahasia, tidak menipu dan lain sebagainya.

c. Amanah hamba terhadap dirinya sendiri. Menjaga diri sendiri juga merupakan amanah yang Allah tugaskan kepada seluruh hambanya. Bukti dari penjagaan terhadap diri sendiri tersebut direalisasikan dengan memilihkan sesuatu yang baik dan memberikan manfaat terhadap dirinya, baik pada urusan agama maupun duniawi. Serta tidak melakukan hal yang memberi dampak negatif pada dirinya dan perlu mengetahui ilmu tentang kesehatan untuk menjaga dirinya supaya terhindar dari berbagai macam penyakit (Fauzi & Hamidah, 2021).

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan diatas, peneliti memberi batasan serta ruang lingkup dari penelitian yang akan di lakukan . Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui Peran Media Sosial Instagram Agen Tour Wuki Travel dalam Membangun Biro Perjalanan yang Amanah. Selain ingin mengetahui lebih jauh mengenai peran media sosial ini, peneliti juga ingin mengetahui lebih jauh apa saja faktor Faktor Pendukung dan kendala *Agen Tour Wuki Travel* dalam Menjadikan Biro Perjalanan yang amanah.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari penjabaran latar belakang masalah yang telah diuraikan, adapun rumusan masalah dari penelitian ini adalah :

- a. Bagaimana *Agen Tour Wuki Travel* dalam membangun citra biro perjalanan yang amanah melalui media sosial Instagram?
- b. Apa saja faktor pendukung dan kendala *Agen Tour Wuki Travel* dalam Menjadikan Biro Perjalanan yang amanah?

D. Manfaat Penelitian

Dari penelitian yang akan dilakukan, maka penulis berharap dapat memberikan manfaat antara lain :

a. Secara Teoritis

Secara teoritis penelitian ini dapat memberikan sebuah pengetahuan baru mengenai peran media sosial instagram Agen tour Wuki Travel dalam membangun biro perjalanan yang amanah.

b. Secara Praktis

Secara praktis penelitian ini dapat memberikan kontribusi pengetahuan tentang media sosial khususnya pada Instagram yang merupakan salah satu media sosial yang banyak digunakan saat ini. Hal ini akan mempermudah dalam memahami seperti apa penggunaan media sosial yang tepat dan efektif dalam membangun biro perjalanan yang amanah.

c. Secara Akademis

Manfaat secara akademis sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Sosial (S1) Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

