

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

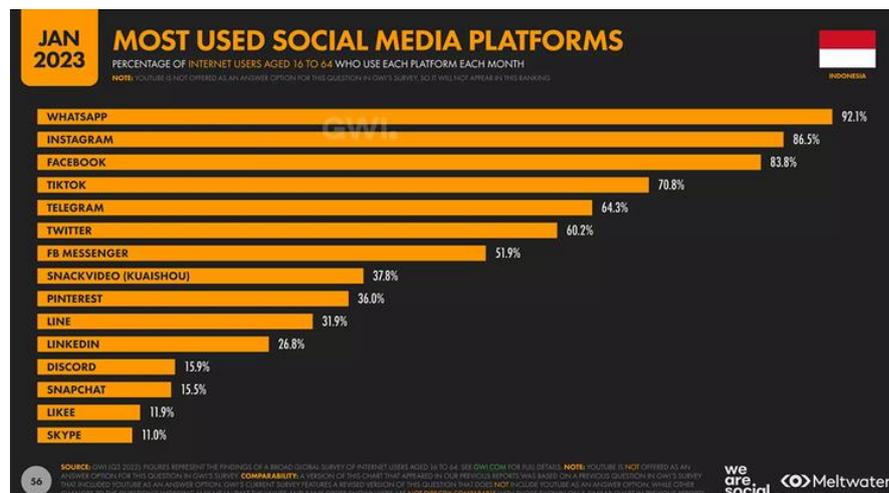
Dinamika kehidupan masyarakat mengalami perkembangan yang begitu pesat, dan internet memiliki peran yang signifikan dalam perkembangan tersebut. Internet menjadi fitur yang menarik karena membuat segala sesuatu menjadi lebih mudah (Satria & Gizta, 22:332). Di era digital ini, perkembangan teknologi yang pesat berdampak pada banyak aspek kehidupan manusia.

Internet telah menjadi kebutuhan yang tidak bisa dipisahkan, penggunaan internet semakin meningkat dan internet menjadi sarana yang sangat dibutuhkan untuk memperoleh informasi, melibatkan diri dalam berbagai kegiatan, dan memenuhi kebutuhan sehari-hari. Dengan adanya internet, akses terhadap informasi menjadi lebih mudah dan cepat. Seseorang tidak lagi terbatas pada sumber informasi tradisional seperti buku, koran, atau televisi. Internet membuka pintu bagi individu untuk memperoleh berbagai jenis informasi dengan hanya mengklik beberapa tombol. Hal ini sangat membantu dalam memenuhi kebutuhan akan informasi sehari-hari, baik dalam bidang pendidikan, bisnis, kesehatan, hiburan, dan lain sebagainya.

Media sosial sebagai bagian dari internet, memiliki peran penting dalam memfasilitasi interaksi dan pertukaran informasi antara individu maupun komunitas. Berkat media sosial, orang dapat berinteraksi dengan individu lain dari berbagai belahan dunia, berbagi pandangan, mengungkapkan pendapat, dan membangun komunitas yang berbasis pada minat atau tujuan yang sama. Media sosial juga memberikan kesempatan bagi individu untuk mengembangkan identitas digital dan memperluas jaringan sosial. media sosial telah digunakan oleh sebagian orang sebagai sarana komunikasi, informasi dapat langsung di ekspos dalam beberapa detik dan alat komunikasi interaktif menangkap, memperkenalkan dan menyebarkan informasi (Nurimani dan Rachmawati, 2022:60).

Penggunaan internet dan media sosial semakin terlihat ketika banyak orang memanfaatkannya sebagai peluang bisnis. Seiring berjalannya waktu, semakin banyak inovasi media sosial yang bermunculan, seperti Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, dll. Di tahun 2023 ini, media sosial bernama Instagram masih banyak digandrungi banyak orang dan memiliki peringkat pengguna nomor dua terbanyak di Indonesia setelah Whatsapp, dari kalangan muda hingga dewasa. Instagram sebenarnya sudah ada sejak lama, tetapi masih tetap populer hingga sekarang.

**Gambar 1.1 Daftar Pengguna Media Sosial Terbanyak di Indonesia**



Instagram pertama kali diluncurkan pada tanggal 6 Oktober 2010 di Amerika oleh pendirinya, Kevin Systrom dan Mike Krieger (Gramedia.com). Setelah kesuksesan awal di Amerika, Instagram kemudian memasuki pasar Indonesia pada awal tahun 2011, dan merupakan media sosial yang digunakan oleh individu agar bersosialisasi, dengan cara berbagi foto, berita dan video yang memungkinkan menerapkan filter digital, dan membagikannya ke sesama pengguna Instagram, Stephanie (dalam Selviana dan Yulinar, 2022:38). Sejak saat itu, Instagram menjadi salah satu platform media sosial yang populer di Indonesia. Instagram memberikan peluang kepada individu untuk berinteraksi dan bersosialisasi dengan orang-orang di seluruh dunia. Pengguna dapat berbagi foto, berita, dan video melalui aplikasi ini. Keunikan Instagram terletak pada fitur filter digital yang memungkinkan pengguna untuk mengedit foto dan memberikan sentuhan kreatif sebelum membagikannya kepada sesama

pengguna Instagram.

Dalam perkembangannya, Instagram tidak hanya menjadi alat komunikasi dan ekspresi pribadi, tetapi juga menjadi platform yang penting bagi berbagai aspek kehidupan. Banyak pengguna Instagram, terutama individu, selebriti, dan bisnis, menggunakan platform ini untuk mempromosikan diri, membangun merek, dan mencapai audiens yang lebih luas. Melalui Instagram, orang-orang dapat mengungkapkan identitas dan minat mereka, memperluas jaringan sosial, dan mendapatkan inspirasi dari konten yang dibagikan oleh pengguna lain. Dengan kemampuannya yang mudah digunakan dan antarmuka yang intuitif, Instagram telah menjadi alat komunikasi yang kuat dan kreatif di era digital.

Dengan demikian, hadirnya Instagram di Indonesia pada awal tahun 2011 telah memberikan dampak positif dalam memfasilitasi komunikasi, koneksi sosial, dan ekspresi kreatif bagi masyarakat Indonesia. Platform ini terus berkembang seiring dengan perubahan teknologi dan kebutuhan pengguna, dan memainkan peran yang signifikan dalam industri media sosial saat ini. Dengan adanya sebuah perkembangan yang sedemikian rupa memudahkan para penggunanya menyampaikan pesan yang berupa unggahan foto maupun video yang dapat dilihat banyak orang. Seperti halnya unggahan foto wisata alam yang diunggah di Instagram, yang mungkin tanpa disadari foto-foto tersebut mampu memberikan informasi tentang wisata alam, menimbulkan daya tarik hingga pada tahap Tindakan pada orang yang melihatnya.

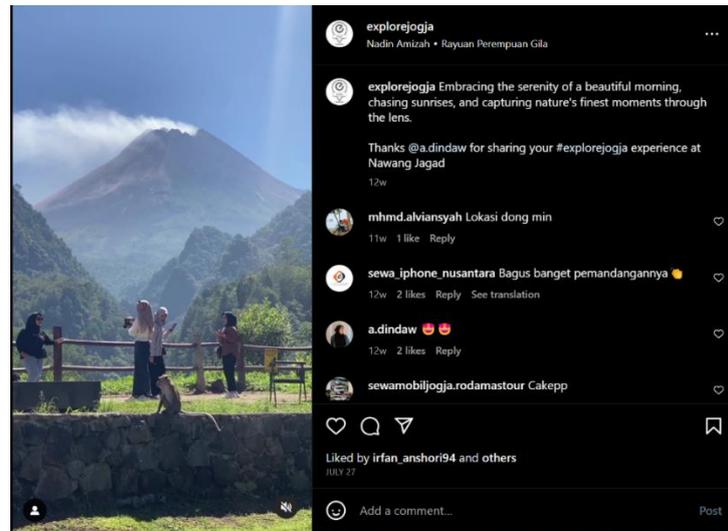
Dalam fenomena ini, foto-foto wisata alam yang di unggah di media sosial Instagram berperan sebagai perantara antara calon wisatawan dan tempat wisata yang akan dikunjungi. Salah satu akun Instagram yang sering mengunggah foto foto wisata alam adalah akun Instagram @explorejogja. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang fenomena tersebut. Yaitu bagaimana unggahan foto wisata alam di Instagram @explorejogja dapat berpengaruh terhadap minat berkunjung. Penelitian ini menggali pemahaman lebih dalam tentang komunikasi modern berupa media

sosial Instagram melalui elemen visual berupa foto-foto wisata alam yang diunggah di Instagram @explorejogja.

Penelitian ini dilakukan dengan melibatkan responden yang pernah melihat unggahan akun Instagram wisata alam @explorejogja. Tujuannya adalah untuk mengetahui apakah unggahan foto-foto wisata alam di media sosial @explorejogja memiliki pengaruh terhadap minat responden untuk mengunjungi lokasi tersebut. Selain itu, penelitian juga bertujuan untuk menentukan sejauh mana foto-foto tersebut dapat memotivasi pengguna media sosial untuk mengambil tindakan konkret, seperti mengunjungi lokasi wisata alam, atau apakah foto-foto tersebut hanya memberikan daya tarik visual tanpa mendorong tindakan nyata. Karna tidak jarang lokasi wisata alam yang diunggah menjadi viral sehingga menyebabkan lokasi wisata alam menjadi ramai, yang mana hal tersebut tidak disukai bagi para pecinta wisata alam yang tersembunyi. Selain itu, penelitian juga akan mengukur seberapa besar pengaruh unggahan foto-foto tersebut terhadap minat untuk berkunjung. Sesuai dengan fokus penelitian dalam bidang komunikasi, peneliti juga berusaha untuk mengevaluasi apakah foto yang diunggah memikat perhatian karena kualitas pengambilan gambar yang profesional, serta apakah hal ini berdampak pada minat pengguna untuk melaksanakan kunjungan nyata.

Lokasi wisata alam yang menjadi fokus penelitian adalah tempat-tempat wisata alam di Yogyakarta. Penelitian difokuskan pada wilayah ini karena terdapat banyak destinasi wisata alam yang belum banyak diketahui orang dan semakin populer berkat unggahan foto di media sosial. Sebagai contoh, akun Instagram @explorejogja secara teratur membagikan foto-foto dan video singkat mengenai tempat wisata alam di Yogyakarta, dengan kualitas visual yang menarik berkat penggunaan teknik pengambilan gambar yang cermat. Hal ini telah membantu meningkatkan popularitas tempat wisata tersebut di kalangan masyarakat.

**Gambar 1.2 Unggahan foto wisata alam akun Instagram @explorejogja**



Akun Instagram @explorejogja selalu mengunggah foto-foto serta video tempat wisata alam Yogyakarta baik tempat wisata yang tersembunyi dan belum banyak diketahui maupun tempat wisata yang sedang viral. Foto yang diunggah selalu menggunakan teknik foto yang baik sehingga terlihat menarik. Akun Instagram @explorejogja saat ini telah mencapai 786 ribu pengikut yang terus bertambah setiap harinya dan telah mengunggah sebanyak 2947 postingan. Pada setiap postingan yang diunggah oleh akun tersebut selalu meyertakan hastag serta mencantumkan lokasi unggahan tersebut sehingga tidak sedikit orang yang melihatnya memberikan tanda suka pada unggahan tersebut dan menuai banyak komentar-komentar pengguna Instagram yang melihat seolah ingin segera mengunjungi tempat wisata tersebut.

Berkunjung pada penelitian ini dapat dikatakan sebagai pariwisata karena pariwisata dipandang sebagai perilaku perjalanan wisatawan dengan berbagai karakteristik. Kemudian peneliti ingin mengetahui apakah unggahan foto-foto wisata alam bisa menjadi sarana untuk berbagai informasi tentang tempat wisata yang berada di Yogyakarta. Apakah unggahan kontennya menarik pengguna media sosial Instagram lainnya untuk sekadar melihat atau menjadi sebuah aksi dan tindakan untuk mengunjungi tempat-tempat wisata.

Subyek yang akan diteliti adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang memiliki akun media sosial instagram, yang dimana mahasiswa datang dari berbagai daerah dan tidak sedikit yang baru menginjakkan kakinya di Yogyakarta sehingga memiliki keinginan untuk mengetahui dan mengunjungi khususnya destinasi wisata alam yang ada di Yogyakarta. Pemilihan media sosial Instagram oleh penelitian dikarenakan lebih banyak mahasiswa yang aktif di Instagram dan cenderung memilih Instagram guna mencari informasi mengenai wisata alam. Pemilihan akun Instagram @explorejogja dikarenakan akun tersebut memiliki jumlah *followers* yang terus meningkat, selalu *update* terhadap wisata alam yang sedang trending di Yogyakarta, dan selalu mengunggah foto wisata alam yang memukau berkat penggunaan teknik fotografi yang professional.

Berdasarkan pra-survey yang dilakukan oleh peneliti pada 100 mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta ada banyak mahasiswa yang mengetahui dan mengikuti unggahan foto wisata alam yang di unggah oleh akun @explorejogja di Instagram, dan mereka yang mengetahui memiliki minat untuk mengunjungi destinasi wisata alam yang dilihat pada unggahan tersebut, sehingga secara tidak langsung hal tersebut berpengaruh terhadap minat berkunjung mahasiswa terhadap wisata alam Yogyakarta.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas peneliti mendapat gambaran dan tertarik untuk mengadakan penelitian “Pengaruh Unggahan Instagram Wisata Alam @Explorejogja Terhadap Minat Berkunjung Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta”.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat diidentifikasi permasalahan yang timbul sebagai berikut:

1. Unggahan Instagram wisata alam @explorejogja berpengaruh terhadap pengikutnya yang dapat memicu minat berkunjung wisata alam pada pengguna Instagram yang melihatnya.
2. Unggahan Instagram wisata alam @explorejogja berpengaruh terhadap minat berkunjung pada lokasi wisata alam.

## 1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana desain Instagram @explorejogja dibuat?
2. Bagaimana mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta merespon unggahan Instagram wisata alam @explorejogja dan adakah pengaruhnya terhadap minat berkunjung?

## 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pemaparan rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana desain Instagram @explorejogja dibuat
2. Untuk mengetahui Bagaimana mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta merespon unggahan Instagram wisata alam @explorejogja dan pengaruhnya terhadap minat berkunjung

## 1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini:

### 1. Manfaat Teoritis

Diharapkan temuan penelitian ini akan memberikan sumbangsih dalam konteks teknik fotografi dalam pengambilan gambar suatu objek dan menambah pengetahuan dan wawasan mengenai desain Instagram dengan foto yang menarik sehingga menjadi daya tarik orang untuk berkunjung ke objek wisata yang di promosikan.

## **2. Manfaat Praktis**

### **a. Mahasiswa**

Bagi responden penelitian, manfaat utamanya adalah edukasi mengenai konten unggahan media sosial Instagram, khususnya terkait dengan konten wisata alam.

### **b. Penulis**

Untuk mengetahui pengaruh unggahan Instagram wisata alam @explorejogja dalam kaitannya dengan minat berkunjung mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

### **c. Yang didapatkan dalam penelitian ini hendaknya dapat memberikan peningkatan kunjungan Masyarakat di media sosial Instagram ke tempat wisata dan dapat memberi informasi dan masukan kepada pengelola akun Instagram wisata alam @explorejogja untuk dapat menjadi bahan pertimbangan serta kajian atau dasar pedoman pengelola dalam pemanfaatan dan pembuatan konten wisata alam di media sosial Instagram untuk menarik minat pengunjung.**