

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring perkembangan zaman yang semakin pesat, tidak dapat kita pungkiri bahwa teknologi juga akan semakin bertumbuh pesat, internet semakin melesat cepat sehingga membawa banyak perubahan bagi beberapa aspek, termasuk didalam aspek komunikasi. Era digital ini membawa komunikasi ke arah babak yang baru. Teknologi semakin maju, internet juga semakin mudah untuk di akses. Aplikasi semakin banyak dan media sosial untuk berkomunikasi atau promosi juga semakin beragam.

Salah satu layanan yang hadir berkat adanya akses internet adalah jejaring sosial. Jejaring sosial dapat menghubungkan kita dengan sosial media. Ardianto dalam Komunikasi 2.0 mengungkapkan bahwa media sosial *online*, disebut jejaring sosial online bukan media massa online karena media sosial memiliki kekuatan sosial yang sangat mempengaruhi opini publik yang berkembang di masyarakat. Penggalangan dukungan atau gerakan massa bisa terbentuk karena kekuatan media online karena apa yang ada di dalam media sosial, terbukti mampu membentuk opini, sikap dan perilaku publik masyarakat.

Media sosial sekarang menjadi kebutuhan sekunder bagi setiap orang. Karena dalam hari-hari banyak menggunakan media sosial dalam mencari sarana informasi dan sebagai sarana hiburan. Informasi apa saja yang kita inginkan dapat dengan mudah kita dapatkan di media sosial baik dalam bidang ekonomi, budaya, agama dan sosial. Terlebih dalam hal hiburan dapat kita temui video lucu, film pendek yang berbentuk komedian. Tak kalah ketinggalannya dalam hal hiburan para penggunanya juga dapat mencari akun wisata dimana saja yang diinginkan kini mudah kita cari di dalam media sosial.

Salah satu media sosial yang banyak diminati masyarakat untuk mencari informasi adalah media sosial Instagram. Secara sederhana instagram adalah sebuah aplikasi yang digunakan untuk berbagi foto dan

video kepada pengikut atau sesama pengguna instagram. Saat ini Instagram memang sangat digemari oleh masyarakat Indonesia hal tersebut dikarenakan fitur-fitur yang diberikan sangat menarik bagi para penggunanya (Akhmad, Nur, Adelienna, 2020: 52).

Media sosial Instagram tidak hanya sarana untuk mengunggah foto dan video saja, kita juga dapat mencari informasi atau menjadikan Instagram sebagai media promosi. Dengan adanya media sosial Instagram jumlah pengunjung meningkat cukup pesat dihitung pada tahun 2017 sampai dengan 2019 jumlah tiket yang terjual cukup melonjak tinggi setiap tahunnya mencapai 10.000 tiket yang habis terjual. Hal ini menunjukkan bahwasanya Instagram cukup efektif dalam mempromosikan wisata tersebut. Tetapi pada saat pandemi ini berlangsung wisata Bukit Indah Simarjarunjung mengalami penurunan dikarenakan adanya peraturan pemerintah yang menganjurkan masyarakat untuk tetap dirumah saja, namun pihak wisata Bukit Indah Simarjarunjung tetap aktif di media sosial Instagram untuk memberitahukan dan menghimbau kepada pengunjung yang akan berwisata untuk tetap mematuhi protokol kesehatan yang sudah dibuat oleh pemerintah.

Berbagai kalangan menggunakan media sosial instagram baik itu untuk mencari informasi, *fashion*, kuliner, sampai mempromosikan barang, jasa atau suatu tempat kepada para pengguna instagram lainnya. Dimasa sekarang ini untuk menggali potensi wisata orang menggunakan sosial media salah satunya instagram untuk mempromosikan suatu tempat wisata. Hal itu dilakukan juga untuk menarik pengunjung datang ketempat wisata tersebut. Tempat wisata tersebut difoto dan diposting semenarik mungkin di Instagram untuk mendapatkan perhatian khalayak ramai. Tidak sedikit juga para khayalak mengetahui tempat wisata dari media sosial Instagram. Dengan adanya akun Instagram yang mempromosikan tempat wisata para khalayak jadi mengetahui wisata-wisata baru yang menarik dan ingin berkunjung karena melihat unggahan yang ada pada akun-akun wisata tersebut.

Banyak orang yang memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media promosi. Salah satu nya adalah promosi tempat wisata, akun instagram yang mempromosikan tempat wisata di media sosial Instagram adalah akun Instagram @bukitindahsimarjarunjung, tempat wisata ini berlokasi di Jl. Simarjarunjung, Desa Parik Sabungan, Kecamatan Dolok Perdamean, Kabupaten Simalungun, Sumatera Utara. Tidak sedikit juga pengunjung yang datang ketempat wisata ini adalah para pengunjung dari luar daerah yang penasaran akan tempat wisata tersebut yang mereka

ketahui melalui media sosial instagram.

Wisata Bukit Indah Simarjarunjung (BIS) ini sangat banyak dikunjungi oleh wisatawan dari beberapa daerah. Namun tidak sedikit dari mereka yang mengetahui tempat wisata tersebut melalui media sosial Instagram. Para wisatawan mengaku sebelumnya tidak mengetahui tempat wisata tersebut namun dengan adanya promosi yang dilakukan di media sosial Instagram tempat wisata tersebut menjadi banyak diketahui oleh khalayak umum. Inilah alasan dan masalah mengapa peneliti ingin meneliti tempat tersebut dan melihat bagaimana efektivitas promosi melalui media sosial online daripada media offline seperti membuat spanduk atau brosur tentang tempat wisata tersebut. Semakin banyaknya wisatawan yang berkunjung, instagram dapat dikatakan berhasil dalam mempromosikan wisata tersebut yang dapat dilihat dari postingan akun media instagram @bukitindahsimarjarunjung seperti jumlah *followers*, *like*, yang menggunakan *hashtag* dan *mention* @bukitindahsimarjarunjung.

Dalam pemanfaatan Instagram disini pihak pengelola berhasil memanfaatkan Instagram sebagai media promosinya, dengan mengunduh video atau foto di akun media sosial Instagram Bukit Indah Simarjarunjung mengenai wisata tersebut dan banyak pengguna lain yang melihat postingan dari akun Bukit Indah Simarjarunjung yang membuat menarik sehingga yang melihatnya penasaran dan ingin segera berkunjung ke tempat wisata tersebut. Akun media sosial Instagram Bukit Indah Simarjarunjung juga mengemas foto dan video yang mereka unggah dengan secara Instagramable yang sekarang sedang naik daun diberbagai kalangan. Dapat dilihat dari jumlah postingan Instagram yang sering bertambah setiap harinya. Pada tanggal 24 Juli 2021 postingan Bukit Indah Simarjarunjung sudah mencapai 1.814 postingan, dengan jumlah pengikut 30.000. Kemudian pada tanggal 01 September 2021 postingan wisaa Bukit Indah Simarjarunjung bertambah menjadi 1.825 dengan jumlah pengikut 31.100. Wisata Bukit Indah Simarjarunjung (BIS) ini juga salah satu wisata Danau Toba yang saangat menarik perhatian para khalayak. Dan disini peneliti akan meneliti bagaimana pihak Bukit Indah Simarjarunjung menggunakan media Instagram sebagai media promosi. Inilah mengapa peneliti mengambil judul penelitian **“Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Wisata Danau Toba (Pada Bukit Indah Simarjarunjung)”**

B. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah adalah proses yang paling penting di dalam sebuah penelitian. Dikarenakan pengidentifikasian masalah dapat menjawab segala pertanyaan-pertanyaan dalam permasalahan penelitian. Adapun identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

- 1) Ada beberapa signifikan yang terjadi pada akun media sosial instagram Bukit Indah Simarjarunjung. Pada tanggal 21 April instagram Bukit Indah Simarjarunjung memposting video yang hanya tayang 1.132 tayangan namun beberapa bulan kemudian pada 11 Juli viewrs dari postingan BIS naik menjadi 3.724 tayangan. Dengan penambahan jumlah pengunjung peneliti ingin meneliti bagaimana pemanfaatan Instagram sebagai media promosi di Bukit Indah Simarjarunjung.

C. Batasan Masalah

Untuk menghindari adanya kesimpangsiuran dalam penelitian ini, maka penelitian ini memiliki fokus batasan masalah antara lain adalah:

- 1) Batasan masalah dari penelitian ini adalah tertuju pada kenaikan jumlah pengikut dan penonton pada akun media sosial Instagram Bukit Indah Simarjarunjung

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka permasalahan yang akan peneliti bahas dalam penelitian ini adalah:

- 1) Bagaimana pengelola menggunakan media sosial Instagram sebagai media promosi untuk meningkatkan jumlah pengunjung pada wisata danau Toba yaitu Bukit Indah Simarjarunjung (BIS)?

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

- 1) Untuk mengetahui bagaimana pengelola menggunakan media sosial Instagram sebagai media promosi untuk meningkatkan jumlah pengunjung pada wisata danau Toba yaitu Bukit Indah Simarjarunjung (BIS)?

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya ilmu pengetahuan peneliti dan pembaca mengenai pemanfaatn instagram sebagai media promosi wisata Danau Toba khususnya di bukit Indah Simarjarunjung.

- 2) Secara akademis, dari hasil penelitian yang peneliti lakukan ini diharapkan nantinya akan turut serta dapat memberikan andil dalam upaya memperkaya sumber ilmu pengetahuan dalam pemanfaatan media instagram sebagai wadah promosi

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan terbagi atas beberapa bagian ditulis secara sistematis agar dimengerti pembaca. Adapun sistematika penulisan pada tulisan ini adalah:

- 1) Bab 1 Pendahuluan: yang mana pada bagian ini memuat latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, Batasan Masalah, sistematika pembahasan.
- 2) Bab 2 Kajian Teori, yang mana pada bab ini menjelaskan secara jelas apa yang akan diteliti, agar tidak terjadinya interpretasi dan kekaburan konsep yang tidak kelas, dan kerangka teoritik, merupakan teori-teori apa yang digunakan dan terdapat penelitian terdahulu yang relevan.
- 3) Bab 3 metode penelitian, bab jni memaparkan tentang pendekatan dan jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, pemilihan subjek penelitian, tahap-tahap dalam penelitian seperti: teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan teknik pemeriksaan data.
- 4) Bab 4 pada bab ini peneliti melakukan terjun kelapangan untuk mengetahui informasi lebih lanjut. Seperti melakukan wawancara dengan narasumber, melihat lokasi, dan pengumpulan data. Tempat yang akan peneliti jadikan lokasi penelitian adalah tempat wisata yang cukup terkenal yaitu wisata Bukit Indah Simarjarunjung. setelah melakukan wawancara dengan narasumber peneliti mendapatkan hasil penelitian yang akan dijadikan data apakah instagram efektif sebagai media promosi. Peneliti melakukan penelitian di lokasi Bukit Indah Simarjarunjung yang berada di Jl. Simarjarunjung, Butu Bayu Pane Raja, Dolok Pardamean, Kabupaten Simalungun, Sumatera Utara
- 5) Bab 5 pada bagian bab ini, pada bagian bab ini peneliti menyimpulkan hasil dari penelitian tersebut dan memberikan saran dari penelitian ini.