

**INSTAGRAM @INDONESIATRVELER SEBAGAI MEDIA INFORMASI TENTANG PARIWISATA
INDONESIA
(Studi Kasus pada Komunitas Pecinta Alam Ankopala Kebon Kopi Tangerang Selatan)**

Rizal Sadewa

Rahajeng Puspitosari M.I.Kom

Rizalsadewa02@gmail.com,

Rahajeng.puspitosari@budiluhur.ac.id.

Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Budi Luhur

ABSTRACT

The purpose of this study is to find out how social media instagram @Indonesiatraveler used as a reference tour on the Community of Nature Lovers Ankopala Kebon Coffee Tangerang Selatan. The problem of research is how social media instagram as a reference tour on Community Lovers Alama Ankopala Kebon Coffee Tangerang Selatan. The approach of this research is using qualitative descriptive. Research subject of this research is member of community of nature lovers Ankopala Kebon Kopi Tangerang Selatan. The research object of this research is refrensi tour of Ankopala member in social media instagram account @ Indonesiatraveler. The result of research shows that from all members of Ankopala Kebon Kopi Tangerang Selatan who have been interviewed some of them revealed that social media instagram is the media of their reference distributor assuming media ecological theory, suggesting that the media improve and manage our experience. Some of them also said they felt in favor of social media instagram. Because of the social media instagram they get the benefits through online business it manages through social media instagram. A statement from those concerned that media influences every act and action in society. From the statement some of them feel related to their friends or even with people who initially do not know they become one and bound, and facilitate communication remotely even if the media states bind the world together.

Keywords: Instagram Account @Indonesiatraveler, References, Ankopala

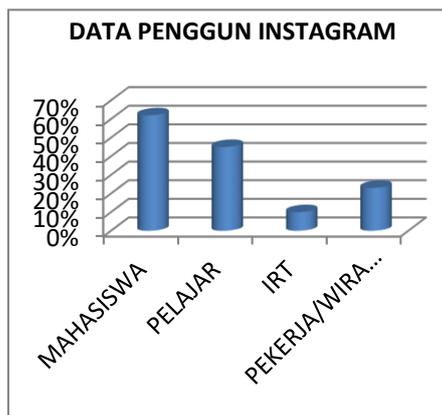
PENDAHULUAN

Teknologi saat ini telah memberikan kemudahan bagi setiap manusia untuk tetap selalu terhubung kepada setiap orang di berbagai belahan dunia. Perkembangan media sosial yang semakin hari semakin pesat terjadi, telah membawa manusia pada titik dimana tidak bisa lepas dari penggunaan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Kemudahan dalam berkomunikasi saat ini semakin terasa kental di kalangan remaja. Facebook, Twitter, BBM, terutama Instagram seperti sudah menjadi tren tersendiri dikalangan para remaja. Berbagai macam media sosial tersebut seolah tidak lagi bisa dipisahkan dari diri remaja itu sendiri.

Dalam penggunaan media sosial, tentu seorang memiliki berbagai motivasi. Untuk sekedar berkomunikasi dengan orang lain, untuk mencaritahu perkembangan sesuatu, untuk berbagi informasi maupun salah satu yang menjadi trend saat ini adalah penggunaan media sosial sebagai bentuk persepsi diri. Bagi orang - orang yang hanya ingin menggunakan media sosial sebagai sarana menjaga silaturahmi biasanya akan memilih media sosial yang bersifat privat saja seperti Line, Blackberry Messenger, WhatsApp, atau yang lainnya. Kalau pun diamasuk ke media yang terbuka seperti facebook dan twitter maka mereka hanya akan menjadi penonton dan pembaca yang baik dan

melihat perkembangan terbaru yang ada di media sosial.

Orang - orang yang ingin eksistensinya di akui masyarakat luas melalui media sosial biasanya akan banyak menggunakan media sosial yang sifatnya lebih terbuka seperti facebook, twitter, dan yang sekarang sedang digemari oleh remaja saat ini adalah Instagram. Karena disinilah tempat kita bisa berinteraksi secara bebas dan terbuka.



Sumber: <http://isparmo.web.id/2016/11/21/data-statistik-pengguna-internet-indonesia-2016/>

GAMBAR 1.2
DATA PENGGUNA INSTAGRAM
PADATAHUN 2017

Sebagai mana kegunaan media sosial lainnya, instagram menjadi sebuah media untuk memberitahukan suatu refrensi tempat wisata khususnya yang berada di Indonesia, cara yang digunakan untuk mengikuti hal ini adalah dengan menggunakan label instagram. Dengan menggunakan label yang membahas mengenai tempat wisata, maka semakin banyak masyarakat yang mengetahui tempat wisata di Indonesia. Dengan demikian instagram menjadi salah satu alat promosi dalam pariwisata.

Sepeti akun instagram @indonesiatraveler yang berdiri pada tanggal 20 Agustus 2014, akun ini sudah memiliki lebih dari 276.000 pengikut di akun nya dan juga telah memposting 36.600 foto yang berkaitan dengan *travelling*. Menurut pembuat dan pengelola akun ini, tujuan

awalnya adalah ingin memperkenalkan tempat-tempat wisata yang ada di bumi Indonesia tercinta kepada *traveller*.

Akun @indonesiatraveler ini pun mendapatkan respon positif, khususnya pada komunitas pecinta alam Ankopala yang berada di jalan Kebon Kopi Kota Tangerang Selatan, kenapa diberi nama Ankopala karena itu sebuah singkatan yang berarti Anak Kebon Kopi Pecinta Alam, komunitas ini merspon akun instagram @indonesiatraveler sangat baik karena selain meposting lokasi wisata yang menarik @indonesiatraveler ini pun memiliki kerajinan tangan yang sangat menarik.

Komunitas Ankopala sendiri berdiri pada tanggal 4 april 2014, walaupun baru berdiri komunitas Ankopala ini sudah mempunyai anggota kurang lebih 200 anggota, walaupun kebanyakan anggota bertempat tinggal di dekat daerah komunitas Ankopala di dirikan yaitu Kebon Kopi Tangerang Selatan, anggota yang mengikuti komunitas Ankopala hingga orang tua sampai anak-anak. Komunitas Ankopala lebih sering melakukan *travelling* dengan mendaki gunung, dan ngecamp di pulau.

KERANGKA TEORITIS

Komunikasi

Komunikasi sebagai proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran, atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Pikiran bisa merupakan gagasan, informasi, opini dan lain-lain yang muncul dari benaknya. Perasaan bisa berupa keyakinan, kepastian, keraguan, kekhawatiran, kemarahan, keberanian, kegairahan, dan sebagainya yang timbul dari lubuk hati.

Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah proses komunikasi yang dilakukan melalui media massa dengan berbagai tujuan komunikasi dan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas. Unsur-unsur penting dalam komunikasi massa adalah

:Komunikator,Media massa,Informasi (pesan) massa,Gatekeeper, Khalayak (publik), danUmpan balik.

Sebagaimana yang telah disinggung di muka, komunikasi massa memiliki proses yang berbeda dengan komunikasi tatap muka. Karena sifat komunikasi massa yang melibatkan banyak orang, maka proses komunikasi sangat kompleks dan rumit. Sebagai mana yang telah disinggung di muka, komunikasi massa memiliki proses yang berbeda dengan komunikasi tatap muka. Karena sifat komunikasi massa yang melibatkan banyak orang, maka proses komunikasi sangat kompleks dan rumit.

Proses komunikasi massa terlihat berproses dalam bentuk :

1. Melakukan distribusi dan penerimaan informasi dalam skala besar. Jadi proses komunikasi massa melakukan distribusi informasi kemasayarakat dalam skala yang besar, sekali siaran, pemberitaan yang disebarakan dalam jumlah yang luas, dan diterima oleh massa yang besar pula.
2. Proses komunikasi massa juga berlangsung berdasarkan pada hubungan-hubungan kebutuhan (market) di masyarakat. Seperti, televisi dan radio mereka melakukan penyiaran karena adanya kebutuhan masyarakat tentang pemberitaan-pemberitaan massa yang ditunggu-tunggu. Dengan demikian, maka agenda acara televisi dan radio juga sangat ditentukan oleh *rating*, yaitu bagaimana masyarakat menonton atau mendengar acara itu, apabila tidak ada pendengar atau pemirsanya, maka acara tersebut akan dihentikan karena dianggap merugikan dan tidak disponsori oleh pasar.

MediaBaru

Menyimpulkan secara komperhensif kaitan media baru ini dengan konteks komunikasi massa. Membutuhkan teori baru jika implikasi dari pengembangan teknologi tersebut mengakibatkan perubahan secara mendasar pada pola organisasi sosial dalam teknologi media dan hubungan sosial masyarakat yang terlibat di dalamnya.

Aspek mendasar dari perkembangan media baru ini adalah :

- a. Digitalisasi, yaitu sebuah pesan yang dikonstruksikan dalam bentuk teks kemudian diubah menjadi serangkaian kode-kode digital dan dapat diproduksi, dikirimkan pada penerima maupun disimpan.
- b. Konvergensi, yaitu penyatuan semua bentuk dan fungsi media yang selama ini berdiri sendiri-sendiri baik dalam proses organisasinya, distribusi, penerimaan, regulasi, maupun fungsi sebagai informasi dan hiburan.

Media baru ini juga mengubah fungsi media komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok maupun komunikasi massa. Kenyataan ini melampaui fungsi dan bentuk media massa yang ada selama ini yaitu media cetak dan elektronik (televisi dan radio). Quail, (2010:135).

Internet

Internet telah berkembang menjadi sebuah teknologi yang tidak saja mampu mentransmisikan berbagai informasi. Namun juga telah mampu menciptakan dunia baru dalam realitas kehidupan manusia, yaitu sebuah realitas materialisasi yang tercipta dalam dunia maya.

Kekuasaan internet, bukan sekedar pada kecanggihan *hardware* tetapi juga pada kerumitan *software-nya*. Aplikasi *software* komunikasi dan kalaborasi koneksi digunakan untuk mendukung komunikasi, koordinasi, dan kalaborasi jaringan yang ada dalam *cybercommunication*. Sebagai contoh, aplikasi ini meliputi beberapa macam seperti dijelaskan oleh Kadir (2003:370), sebagai berikut : Surat elektronis, Surat bersuara (voice mail), Forum diskusi, System percakapan tertulis (chat), Konferensi suara, Konferensi video, Sistem pertemuan elektronis (GSS).

Selain aplikasi tersebut, dalam internet berkembang berbagai program lain yang intinya menjadi aplikasi komunikasi antar sesama masyarakat maya. Terutama yang ada hubungan dengan hubungan-hubungan transaksional mereka satu dengan yang lainnya.

Teori Ekologi Media

Menurut West dan Turner (2008:139), Teori ekologi media adalah teori yang menjadikan media membentuk dan mengorganisasikan sebuah budaya, teori ini membahas mengenai lingkungan media, ide dan teknik, cara penyampaian informasi, dan kode komunikasi memainkan peran utama dalam kehidupan manusia.

a. Asumsi Teori

Penggambaran beberapa teori komunikasi massa yang relevan dengan efek media massa untuk lebih memahami teori ekologi media terdapat tiga asumsi utama yang menjadi landasan teori tersebut yaitu :Asumsi pertama menekankan pada gagasan bahwa pada kehidupannya, orang tidak dapat melarikan diri dari media, media mampu menembus kedalam kehidupan manusia yang paling dalam. Dalam perspektif McLuhan, media tidak dilihat dalam konsep yang sempit, seperti surat kabar majalah, radio, televisi, film atau internet. McLuhan melihat medium sebagai apa saja yang digunakan oleh manusia.Asumsi kedua dari teori ini menegaskan bahwa manusia secara langsung dipengaruhi media. Para ahli teori ekologi media percaya bahwa media mampu memperbaiki persepsi dan mengolah pengalaman kita sebagai manusia. McLuhan menyatakan bahwa media memiliki kekuatan besar melalui pandangan kita terhadap dunia.Asumsi ketiga dari ekologi media menyebutkan bahwa media mengikat dunia bersama-sama. McLuhan menggunakan istilah *global village* untuk menjelaskan bagaimana media mengikat dunia menjadi satu sistem politik, ekonomi, sosial, dan budaya global. Konsep *global village* berarti tidak akan ada lagi batasan antara belahan dunia manapun untuk saling mengetahui kegiatan satu sama lain. Apa yang terjadi di belahan kutub utara misalnya dalam hitungan sepersekian detik akan dengan mudah diketahui pula oleh masyarakat di

belahan kutub selatan. Dengan adanya internet, membuat kita mempermudah semua hal itu. Dengan menggunakan sosial media, memudahkan kita untuk berinteraksi dengan siapapun dan dimanapun.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini penelitian menggunakan subjek penelitian kepada beberapa komunitas pecinta alam Ankopala Kebon Kopi Tangerang Selatan.Hal ini dikarenakan komunitas pecinta alam Ankopala merupakan pengguna aktif media sosial instagram.Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah akun media sosial instagram @Indonesiatraveler sebagai referensi wisata.Untuk melengkapi analisa data ini, maka penulis memerlukan beberapa data pendukung yang bersumber dari dalam dan luar. Maka dari itu penulisan menggunakan dua macam teknik pengumpulan data yaitu :

Data Primer

Menurut Rachmat (2006:100), data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian, Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya.

Wawancara berlangsung secara informal serta berulang-ulang, dengan tujuan untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat, dan ide-idenya, *handphone*, *camera* DSLR merupakan peralatan yang peneliti gunakan dalam proses wawancara.

Data Sekunder

Penulis menggunakan data yang diperoleh dari studi kepustakaan dan mempelajari buku-buku referensi yang berkaitan dengan masalah-masalah yang dibahas oleh penulis serta dari literatur, *browsing*, dan internet serta beberapa contoh tugas akhir yang memiliki kolerasi dengan masalah yang diteliti oleh peneliti.

Teknik Analisis Data

Menurut Lexy J (2013:3), dalam penelitian ini teknik analisis yang digunakan peneliti adalah metode deskriptif analisis.

Mode deskriptif analisis yaitu hasil data yang penulis peroleh dari informan melalui wawancara, kemudian dianalisis sesuai dengan pokok permasalahan. Melalui data tersebut maka penulis akan mendapatkan jawaban dari peneliti yang sedang dilakukan.

Lokasi penelitian yaitu di Markas Besar Komunitas (Ankopala Kebon Kopi Tangerang Selatan). Untuk waktu penelitian, peneliti mengawali penelitian pada September - Desember 2017.

Validitas Data

Menurut Moloeng (2007:330), Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan ialah pemeriksaan melalui sumber lainnya. Triangulasi adalah menganalisa jawaban subjek dengan meneliti kebenarannya dengan empiris (sumber data lainnya) yang tersedia. Beberapa macam triangulasi yaitu:

1. Triangulasi sumber
2. Triangulasi waktu
3. Triangulasi Teori
4. Triangulasi Periset
5. Triangulasi Metode

Pada penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi sumber, karena penelitian ini menggunakan wawancara mendalam dan observasi untuk mendapatkan data dari sumber informasi objek yang diteliti. Triangulasi sumber berarti untuk mendapatkan data dari sumber-sumber yang berbeda dengan teknik yang sama.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Instagram merupakan sebuah aplikasi berbasis media sosial yang jenisnya sama dengan *Facebook*, *Path*, *WhatsApp*, *BBM*, *Skype*, *Google*, dan lain sebagainya. Perusahaan Burbn, Inc. Berdiri pada tahun 2010, perusahaan teknologi startup yang hanya berfokus kepada

pengembangan aplikasi untuk telepon genggam. Sulit bagi Kevin Systrom dan Mike Krieger untuk mengurangi fitur-fitur yang ada, dan memulai lagi dari awal, namun akhirnya mereka hanya memfokuskan pada bagian foto, komentar, dan juga kemampuan untuk menyukai sebuah foto. Itulah yang akhirnya menjadi Instagram.

- a. Akun Instagram @Indonesiatraveler Mempengaruhi Setiap Perbuatan atau Tindakan

Tak bisa dipungkiri lagi, kini media sosial terutama Instagram sudah menjadi faktor penting interaksi antar manusia. Khususnya kaum remaja. Namun dengan adanya media sosial ini, menjadikan seseorang terlalu terbuka akan dirinya di hadapan orang lain atau pun dengan orang yang belum dikenalnya, khususnya para kaum remaja. Di tambah lagi dengan munculnya *smartphone* yang menyediakan kebebasan bersosial media dan provider yang menyediakan murahnya layanan sosial media.

- b. Akun Instagram @Indonesiatraveler Memperbaiki Persepsi dan Mengelola Pengalaman Persepsi adalah serangkaian proses yang dilakukan seseorang guna memperoleh gambaran mengenai sesuatu melalui pemilihan, pengolahan, hingga pengertian informasi mengenai sesuatu yang diinginkannya. Persepsi tersebut nantinya akan mempengaruhi tindakan seseorang terhadap hal yang dipersepsikannya itu.

- c. Akun Instagram @Indonesiatraveler Mengikat Dunia Bersama-Sama Orientasi individu karena merasa terikat dengan teman-temannya atau bahkan dengan orang yang awalnya tidak kenal mereka menjadi satu dan terikat, dan mempermudah komunikasi dari jarak jauh sekalipun, sesuai dengan asumsi ketiga dari teori ekologi media, yaitu media mengikat dunia bersama-sama.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian yang berjudul “Instagram @indonesiaraveler Sebagai Media Informasi Tentang Pariwisata Indonesia (Studi Kasus pada Komunitas Pecinta Alam Ankopala Kebon Kopi Tangerang Selatan)”, dapat diketahui bahwa komunitas Ankopala saat ini sangat menyukai media sosial tidak terkecuali instagram. Dengan mereka menggunakan sebuah media sosial istagram hal tersebut sudah menjadikan refrensi komunitas Ankopala.

1. Dengan adanya media sosial instagram akun @indonesiatraveler menjadikan para pencinta alam khususnya Ankopala Tangerang Selatan menjadi saling mengenal satu sama lain, instagram akun @indonesiatraveler juga merubah sikap dan pengetahuan dari para anggota ankopala, adanya pengalaman dan pengetahuan mengenai kekayaan alam yang tidak

diketahui oleh anggota ankopala Tangerang Selatan namun mereka dapat mengetahui lewat media sosial instagram akun @indonesiatraveler.

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- McQuail, Denis. 2012. *Teori Komunikasi Massa Edisi 6*. Jakarta: Salemba Humanika
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Rakhmat, Jalaludin. 2005. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remajak Rosdakarya.
- Salim. Agus. 2006. *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta : TiaraWacan