

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Sarana yang digunakan untuk berkomunikasi oleh masyarakat saat ini salah satunya yaitu dengan menggunakan media sosial sebagai pengantarnya. Semakin canggih teknologi, jaringan internet, dan infrastruktur dari segi perangkat mendukung dimudahkannya berkomunikasi menggunakan media sosial.

Dengan beragam inovasi yang terus berkembang dan meluas, *We Are Social and Hootsuite* mencatat hampir seluruh populasi pengguna internet di dunia adalah 4.388 juta dan 79% diantaranya aktif menggunakan media sosial pada tahun 2019. Yang dibuktikan atas surveinya sebagai berikut:

GAMBAR 1. DIGITAL AROUND THE WORLD IN 2019



Sumber: We Are Social and Hootsuite 2019

Beragam media sosial yang dapat di akses dapat memudahkan penggunanya dalam melakukan sesuatu. Munculnya media sosial dapat memungkinkan satu orang untuk

bisa berkomunikasi dengan banyak orang yang memiliki akun, contoh media sosial yang diharuskan membuat akun diantaranya Instagram, Facebook, Twitter dan Youtube.

Dalam kehidupan sehari-hari media sosial jika dikaitkan dengan pilar ekonomi yaitu dapat meningkatkan daya tarik, minat beli, dan kunjungan wisatawan. Pada tahun 2017 hasil survey khusus Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) mengatakan fenomena digital dapat berjalan dengan baik karena sebagian besar pelaku usaha sudah menggunakan media sosial sebagai alat promosinya hasil survey ini dilakukan dengan berkoordinasi bersama Badan Pusat Statistik.

Survey menunjukkan media sosial menduduki urutan paling besar sebesar 52% diantara media promosi lainnya. Media sosial juga sudah mengubah pola hidup masyarakat saat ini. Secara sosial perubahan yang dirasakan saat ini yaitu informasi atau iklan dapat di dapatkan melalui media sosial yang mana akan jauh lebih efektif di bandingkan harus mengeluarkan modal yang cukup besar untuk menggunakan media lainnya contohnya televisi, koran, dan radio.

Promosi menggunakan jejaring media sosial dapat mencakup penyebaran yang luas sehingga mempermudah pengguna untuk berkomunikasi dan menggunakannya. Tidak hanya itu sebuah kegiatan yang biasa di lakukan dari dahulu hingga sekarang yang membudaya memiliki hubungan dengan media sosial adalah yang masih digunakan hingga saat ini salah satu contohnya adalah iklan, yang kini berubah dapat di akses dan

di sebarluaskan melalui teknologi media internet. Meskipun perkembangannya yang berganti menjadi lebih baru dan berbeda tetapi tetap dinamakan budaya.

Para pengguna media sosial dapat dengan mudah ikut berpartisipasi, menurut Efraim Turban (2016) media sosial dapat mengambil berbagai bentuk seperti gambar, audio, video, dan teks yang dapat digunakan untuk mendapatkan informasi, menyebarkan berita, hiburan dan pesan promosi. Media sosial memiliki ragam dampak terhadap masyarakat, Penelitian Sakinah (2019) menyebutkan mengenai efek terhadap komunikasi yaitu terarah, segera, dan langsung ini didapatkan dari efek media sosial saat ini. Yang juga Efendy (2013) berpendapat tentang tanggapan minat beli atau minat berkunjung dapat dirangsang melalui verbal, simbol-simbol tertentu, kata-kata, dan isyarat non verbal.

Bagi industri media sosial mempunyai peran dan manfaat penting yang diantaranya adalah Instragram, Facebook, Twitter dan Youtube dalam mempromosikan sesuatu, salah satunya dalam mendatangkan wisatawan untuk membentuk sebuah minat dalam berkunjung. Masalah dalam penggunaan media sosial terhadap minat kunjungan juga dirasakan dalam keseharian ini, diantaranya yaitu dengan dimudahkan suatu media sosial dapat diakses, tidak semua dapat dengan mudah mengakses media sosial, tidak semua orang mengerti media sosial.

Jika dilihat dari tingkat kepercayaan dalam menentukan atau memutuskan suatu tempat untuk di kunjungi melalui media sosial, hal ini menjadi salah satu pertimbangan

seseorang apakah mereka dapat percaya terhadap informasi yang ada dalam media sosial dan merasa diyakinkan atas pesan yang disampaikan.

Indonesia terkenal dengan negeri zamrud Khatulistiwa, karena tepat berada di garis Khatulistiwa, maka terciptalah keindahan alam yang sangat luar biasa. Dengan keindahan alamnya serta beragam kebudayaan, Indonesia telah menjadi magnet kuat yang menarik minat wisatawan domestik maupun mancanegara. Salah satu atraksi wisata di Bandung yang selalu gencar dalam mempromosikan berbagai aktivitas wisatanya melalui berbagai macam media sosial yang dimiliki yaitu Instagram, Facebook, Twitter, Youtube, dan TikTok yang menyajikan pemandangan alam pegunungan khas Bandung ialah Dago Dream Park yang ada sekitar tahun 2016. Yang memiliki luas lahan 13 Hektar. Selain menghadirkan suasana alam yang indah, nyaman dan asri Dago Dream Park memiliki berbagai wahana, spot foto yang instagramable antara lain Karpas Alladin, Sky Tree, Sky Bike, Up House, Love Seat Flying Lounge, terdapat juga Flying Fox, Kora-Kora, ATV dll.

Peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian yang memiliki dasar latar belakang, mengenai media sosial terhadap minat kunjungan dengan judul:

**“PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN MINAT BERKUNJUNG  
WISATAWAN DI DAGO DREAM PARK”**

## B. Rumusan Masalah

Berlandaskan beberapa uraian latar belakang diatas, maka peneliti merumuskan beberapa permasalahan yang ditemukan adalah:

1. Bagaimana media sosial yang digunakan oleh Dago Dream Park
2. Bagaimana minat kunjungan wisatawan yang ada di dalam Dago Dream Park
3. Seberapa besar tingkat pengaruh media sosial terhadap minat kunjungan wisatawan

## C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menginvestigasi tanggapan responden mengenai media sosial yang digunakan oleh Dago Dream Park
2. Untuk meneliti bagaimana minat kunjungan wisatawan ke Dago Dream Park
3. Untuk menganalisa penggunaan media sosial ini mampu dalam meningkatkan kunjungan wisatawan

## D. Batasan Masalah

Media sosial terdiri dari beberapa jenis, dalam skripsi ini peneliti memutuskan untuk membatasi empat jenis media sosial diantaranya yaitu Instagram, Facebook, Twitter, dan Youtube Dago Dream Park.

## E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Bermanfaat dalam memperdalam teori-teori yang digunakan oleh peneliti. Karena ada kegiatan *browse*, membaca, mempersentasikan, dan mengemukakan pendapat peneliti terhadap segala hal dalam penelitian ini.

## 2. Manfaat Praktis

Memberikan kontribusi dalam memberikan informasi mengenai fenomena media sosial terkini yang dikaitkan dengan minat kunjungan berdasarkan penelitian yang dilakukan. Lalu dapat menjadi bahan masukan untuk bahan evaluasi dan inovasi bagi Dago Dream Park.