

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Media sosial adalah fitur berbasis *website* yang dapat membentuk jaringan serta memungkinkan orang untuk berinteraksi dalam sebuah komunitas. Pada media sosial kita dapat melakukan berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi, dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan visual maupun audiovisual.¹ Media sosial saat ini merupakan media yang sedang *trend* pada era digital ini. Media sosial digunakan sebagai sarana untuk berinteraksi dan menyampaikan pesan yang berupa foto dan video dengan mudahnya. hal inilah yang membuat banyak orang melakukan interaksi dengan media sosial. Setiap pesan yang di unggah di media sosial baik foto maupun video dapat dilihat oleh banyak orang, dan inilah yang membuat setiap foto maupun video dapat menjadi sebuah informasi bagi setiap orang yang melihatnya. Seperti halnya unggahan foto-foto wisata alam yang di unggah di media sosial, disadari atau tidak foto-foto tersebut dapat memberikan informasi, menimbulkan daya tarik hingga pada tahap tindakan pada orang yang melihatnya.

Pada fenomena ini foto berfungsi sebagai media yang menjembatani antara calon wisatawan dengan tempat wisata yang fotonya diunggah di media sosial. Untuk itu peneliti tertarik meneliti fenomena tersebut, Yaitu bagaimana pengaruh unggahan foto-foto tempat wisata alam terhadap minat berkunjung. Sesuai dengan konsentrasi peneliti yaitu *broadcasting* peneliti juga ingin mengukur apakah suatu foto yang di unggah memiliki daya tarik karena proses editan dan pengambilan yang bagus sehingga menghasilkan foto yang bagus dan membuat yang melihat foto menjadi bertindak mengunjungi. Media sosial Instagram adalah kumpulan foto yang diunggah oleh akun-akun penggunanya, dengan itu peneliti melihat unggahan foto banyak memiliki foto yang bagus dan terlihat tampak indah dengan proses pengambilan yang bagus serta editan yang keren.

¹ Danis, Puntoadi. *Menciptakan Penjualan Melalui Sosial Media*, (Jakarta: PT Elex Komputindo, 2012), Hal 1

Lokasi wisata yang menjadi fokus penelitian adalah wisata-wisata alam yang ada di Riau. Hal ini dikarenakan banyaknya tempat wisata alam yang tersembunyi serta masih banyak masyarakat yang belum mengetahuinya dan kini mulai banyak di kenal banyak orang melalui unggahan foto di media sosial. Seperti salah satu contoh akun Instagram @riauku yang selalu mengunggah foto-foto wisata alam Riau dengan foto yang terlihat bagus dan keren dengan ISO yang pas. Akun instagram Riauku selalu mengunggah foto-foto wisata alam Riau yang masih banyak tersembunyi serta belum banyak diketahui dan saat ini memiliki pengikut yaitu 55,1 k serta memiliki 1214 unggahan foto wisata riau. Foto-foto yang diunggah selalu mendapatkan komentar-komentar akan keberadaan foto yang diunggah seolah tertarik ingin mendatangi tempat tersebut.

Berkunjung pada penelitian ini bisa dikatakan sebagai pariwisata karena pariwisata dipandang sebagai perilaku perjalanan wisatawan dengan berbagai karakteristik. Kemudian dengan begitu peneliti ingin meneliti mengenai apakah foto-foto tersebut mampu menjadi sarana untuk berbagai informasi mengenai tempat wisata apa saja yang ada di Riau. Apakah foto-foto tersebut menarik para pengguna media sosial lain untuk sekedar melihat hingga pada tindakan berkunjung ke lokasi wisata tersebut. Seberapa besar efektifnya foto tersebut mampu mempengaruhi orang lain untuk berkunjung ke tempat wisata tersebut.

Subjek yang akan diteliti adalah mahasiswa baru angkatan 2016 fakultas Dakwah dan Komunikasi jurusan Ilmu Komunikasi, yang mana angkatan 2016 adalah mahasiswa yang masih baru dan masih aktif-aktifnya untuk jalan-jalan dan mencari objek wisata baru yang bagus untuk dikunjungi, dan juga berdasarkan pra-survey yang dilakukan peneliti pada mahasiswa ilmu komunikasi angkatan 2016 dari 379 terdapat 235 mahasiswa yang mengetahui unggahan foto wisata alam Riau di Instagram serta memiliki minat untuk berkunjung. sedangkan pemilihan media sosial yang digunakan adalah Instagram. Hal ini dikarenakan mahasiswa cenderung banyak mendapatkan informasi tentang wisata melalui media sosial Instagram.

Untuk itu dalam penelitian ini penulis ingin mengangkat judul **“Pengaruh unggahan foto wisata alam di Riau terhadap minat berkunjung pada**

mahasiswa UIN SUSKA RIAU jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2016 melalui Media Sosial Instagram”

B. Penegasan istilah

Dalam judul penelitian yang penulis angkat terdapat beberapa istilah yang penulis perlu untuk diberikan penjelasan guna mempermudah pemahaman dan untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman, maka penulis perlu menegaskan istilah tersebut dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Pengaruh

Pengaruh adalah kekuatan yang ada atau timbul dari suatu watak (benda). Orang yang membentuk watak dan perbuatan seseorang.² Sedangkan pengaruh dalam penelitian ini adalah kekuatan atau daya oleh variabel terhadap variable lainnya, yakni bagaimana pengaruh unggahan foto terhadap minat berkujung mahasiswa.

2. Fotografi wisata alam

Fotografi alam atau fotografi wisata alam adalah jenis fotografi yang merekam keindahan alam, dapat juga dikombinasikan dengan makhluk hidup lainnya, namun yang tetap menjadi focus utamanya adalah alam itu sendiri.³

3. Media sosial

Media sosial adalah fitur berbasis *website* yang dapat membentuk jaringan serta memungkinkan orang untuk berinteraksi dalam sebuah komunitas. Pada media sosial kita dapat melakukan berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan visual maupun audiovisual.⁴

4. Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi jejaring sosial dengan berbagai foto, yang memungkinkan penggunanya untuk mengunggah foto, mengambil foto, menerapkan *filter* digital dan membagikannya ke berbagai layanan media sosial termasuk instagram sendiri

² Depdiknas, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta:Balai Pustaka,1998), Hal 664

³ Yuyung Abdi, *Photography From my Eyes*, (Jakarta:PT Elex Media Komputindo, 2012), Hal 19

⁴ Danis, Puntoadi. *Loc.cit*

5. Minat

Minat adalah suatu rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh.⁵

C. Permasalahan

1. Identifikasi Masalah

- Bagaimana pengaruh unggahan foto di salah satu media sosial yaitu instagram terhadap minat berkunjung mahasiswa uin suska riau?
- Apakah unggahan foto wisata alam di instagram banyak dilihat oleh mahasiswa sehingga menimbulkan minat berkunjung?

2. Batasan Masalah

Untuk menghindari ruang lingkup penelitian yang terlalu luas dan agar peneliti lebih fokus, maka perlu dibuat batasan masalah. Batasan masalah yang dikaji dan diteliti dalam kajian ini adalah tentang bagaimana pengaruh unggahan foto wisata alam Riau pada Media sosial instagram terhadap minat berkunjung Mahasiswa, yang mana pada penelitian ini hanya meneliti Mahasiswa Komunikasi angkatan 2016 yang memiliki Media sosial Instagram dan yang pernah melihat unggahan foto wisata alam riau di instagram.

3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Bagaimana Pengaruh Unggahan Foto Wisata Alam Riau Pada Media Sosial Instagram Terhadap Minat Berkunjung pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2016”

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh unggahan foto wisata alam di Riau pada media sosial Instagram terhadap minat berkunjung pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2016

⁵ Slameto, *Belajar dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya*, (Jakarta:PT Rineka Cipta,2010), Hal 180

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Kegunaan Penelitian

- a. Kegunaan teoritis
 1. Menambah pengetahuan dan wawasan mengenai seberapa besar pengaruh unggahan foto wisata alam yang diunggah pada media sosial agar menarik orang melihatnya untuk berkunjung.
 2. Sebagai informasi, referensi serta tinjauan pustaka untuk penelitian selanjutnya yang memiliki kesamaan tema.
 3. Sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi UIN SUSKA
- b. Kegunaan praktis
 1. Mampu memberikan gambaran pada pembaca mengenai seberapa besar pengaruh foto wisata alam yang diunggah di media sosial terhadap minat berkunjung yang nantinya dapat digunakan sebagai pengaplikasian dalam melakukan komunikasi pemasaran tempat wisata.
 2. Memberikan kontribusi berupa pemanfaatan instagram sebagai sarana pertukaran informasi khususnya informasi tentang tempat wisata.

E. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pembaca dalam memahami penelitian, maka penulis menyusun laporan penelitian ini dalam tiga bab :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini pendahuluan berisi mengenai latar belakang, penegasan istilah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN TEORI

Pada bab ini berisikan tentang kajian teori, kajian terdahulu, definisi operasional, hipotesis.

BAB III : METODELOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang jenis pendekatan penelitian, lokasi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, validitas data, serta teknik analisi data.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Dalam bab ini berisikan tentang gambaran umum Instagram

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisikan tentang hasil penelitian dan pembahasan.

BAB VI : PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran yang bermanfaat dari hasil penelitian

DAFTAR PUSTAKA

