

**Penggunaan Instagram Sebagai Referensi Wisata Pada Mahasiswa Jurusan Ilmu
Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Halu Oleo**

Oleh :

**Drs.Ld.Muh.Syhartijan,M.Pd.
La Ode Herman Halika,S.Ip.M.I.Kom.
E-mail : Herman_khalik@yahoo.com**

Abstrak

Permasalahan yang timbul dalam penelitian ini adalah fitur – fitur instagram apa saja yang digunakan mahasiswa dan bagaimana penggunaan instagram sebagai referensi wisata pada mahasiswa. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui fitur – fitur instagram yang digunakan mahasiswa, serta untuk mengetahui penggunaan instagram sebagai referensi wisata pada mahasiswa.

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Halu Oleo. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Uses and Gratifications (kepuasan) Elihu Katz, Gurevitch, dan Haas. Dalam penelitian ini informan berjumlah sebanyak 6 orang untuk mewakili mahasiswi di Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Halu Oleo. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa instagram serta fitur – fitur yang ada dalam instagram berperan penting pada mahasiswa jurusan ilmu komunikasi dalam mencari referensi wisata yang mereka inginkan karena di dalam instagram menyediakan informasi yang lengkap tentang informasi yang mereka cari.

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat dan sumbangan ilmu pengetahuan bagi mahasiswa, khususnya mahasiswa jurusan ilmu komunikasi. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberi manfaat dalam perkembangan Ilmu Komunikasi khususnya pada penelitian penggunaan instagram sebagai referensi wisata pada mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Halu Oleo.

Kata kunci : *Instagram, Referensi Wisata, Komunikasi Pariwisata*

ABSTRACT

The problems arising in this research are the anything of the features – features instagram that used students and how to use tourism as a reference on instagram students. The purpose of this research is to know the features – features instagram used college students, as well as to know the use of tourism for instagram reference on students.

The location of the research carried out in the Department of communication studies, Faculty of social and political sciences of the University of Halu Oleo. The theory used in this research is the theory of Uses and Gratifications (satisfaction) of Elihu Katz, Gurevitch, and Haas. In this study informants amounted to as many as 6 people to represent the student in the Department of communication studies, Faculty of social and political sciences of the University of Halu Oleo. Types of data used in this

**National Conference of Creative Industry:
Sustainable Tourism Industry for Economic Development**

Universitas Bunda Mulia, Jakarta, 5-6 September 2018

ISSN No: 2622-7436

research is qualitative data and data analysis techniques used in this research is descriptive qualitative.

The results of this study suggest that intagram and features – features that exist in instagram plays an important role in communication majors’s students in seeking the reference they want because in instagram provides information complete about the information they are looking for.

This research is expected to benefit and contribution of science for students, particularly students majoring in communication studies. The study also is expected to benefit in the development of communication studies specifically on the research use of the tour as a reference on instagram students majoring in communication studies Faculty of social sciences and political sciences of the University of Haluoleo.

Keywords: *Instagram, Tourist Reference, Tourism Communication*

PENDAHULUAN

Instagram adalah sebuah aplikasi jejaring sosial dengan berbagi foto atau gambar. Yang menjadi salah satu ciri menarik dari *instagram* adalah adanya batas foto atau gambar ke bentuk persegi, mirip dengan gambar *kodak instamatic* dan *polaroid*, yang sangat berbeda dengan rasio aspek 16:9 sekarang, yang biasanya digunakan oleh kamera ponsel (Syarief, 2014:47). *Instagram* memiliki daya guna sebagai media komunikasi dan informasi yaitu sebagai referensi. Sebagai media referensi *instagram* menggunakan teknologi sebagai sarana komunikasi yaitu dengan menggunakan akses internet.

Segala kegiatan dapat di publikasikan melalui foto yang di edit, yang menggambarkan momen, kegiatan tidak sebatas mengambil gambar namun dapat menggunakan *effect* editing untuk menambah daya tarik terhadap estetika editing foto yang telah diambil. Dengan demikian *instagram* mampu menjadi media sosial untuk menunjukkan suatu tempat, momen, kejadian, karya maupun beriklan kepada rekan (*followers*). Sejak adanya media sosial *instagram* foto-foto wisata menarik yang di unggah pengguna *instagram* dapat mempengaruhi pengguna lainnya dan menimbulkan respon bagi para pengguna-pengguna *instagram* yang lain.

Kalangan remaja saat ini khususnya para mahasiswa, biasanya memposting tentang kegiatan pribadinya, curhatannya, melalui foto atau gambar melaui *instagram*. Semakin aktif seseorang di media sosial, maka mereka akan semakin dianggap keren dan kekinian. Berbeda dengan kalangan remaja yang tidak mempunyai media sosial biasanya dianggap kuno, ketinggalan jaman, dan kurang bergaul.

Instagram menimbulkan manfaat bagi individu atau kelompok dalam aktivitas sosial, khususnya dalam kegiatan berwisata. Pada kalangan mahasiswa, umumnya mereka lebih cenderung menjadi pengguna paling aktif, pada setiap momen, kejadian, dan karya , mereka bisa berfoto dan mengunggahnya ke *instagram*. Melalui *Instagram*, mereka dapat mengaktualisasikan diri, mengeksiskan diri dan memperluas pertemanan.

Fasilitas teknologi komunikasi sekarang membuat masyarakat luas dan terkhusus mahasiswa semakin mudah mengakses segala informasi termasuk dalam mencari lokasi wisata yang nantinya akan menjadi *list* lokasi wisata terbaik mereka. Melalui *instagram* dengan berbagai fasilitasnyalah mahasiswa menjadikan *instagram*

sebagai sarana referensi mereka , sekaligus menjadikan sebuah motivasi untuk menyalurkan hobi *travelling* ketempat tempat menarik dan memotivasi juga pengguna instagram lainnya untuk melakukan hal yang sama.

Fakta yang terjadi pada mahasiswa jurusan ilmu komunikasi Universitas Halu Oleo Kendari saat ini, mereka juga menggunakan instagram bukan hanya sekedar mengekspresikan kehidupan pribadi mereka sendiri, melainkan mereka juga membagikan informasi sekaligus mencari juga referensi tentang tempat berwisata yang menarik seperti *explore* wisata bahari, panorama alam, kuliner yang ada di Sulawesi Tenggara.

Berwisata merupakan salah satu kegiatan untuk melepas kejenuhan setelah menjalani rutinitas sehari-hari dalam kehidupan masyarakat saat ini. Apalagi bagi mahasiswa, rutinitas kegiatan mahasiswa yang lebih disibukkan dengan tugas-tugas kuliah dan kegiatan organisasi kemahasiswaan membuat mahasiswa jenuh. Wisata menjadi salah satu cara bagi mahasiswa untuk menghilangkan kejenuhan-kejenuhan yang dirasakan mahasiswa oleh karena itu berwisata menjadi agenda penting bagi setiap mahasiswa ketika liburan di akhir semester. Bagi mereka, instagram adalah salah satu sarana atau media untuk mencari referensi tempat wisata yang belum pernah mereka kunjungi khususnya di Sulawesi Tenggara. Mereka bisa dengan mudah melihat postingan foto atau video pendek tentang lokasi wisata dari akun intagram teman.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas. Adapun yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Apa saja fitur instagram yang digunakan pada mahasiswa mahasiswa ilmu komunikasi fakultas ilmu sosial dan ilmu politik universitas halu oleo.
2. Bagaimana penggunaan instagram sebagai referesi wisata pada mahasiswa ilmu komunikasi fakultas ilmu sosial dan ilmu politik universitas halu oleo.

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Apa saja fitur instagram yang digunakan pada mahasiswa mahasiswa ilmu komunikasi fakultas ilmu sosial dan ilmu politik universitas halu oleo.
2. Untuk mengetahui Bagaimana penggunaan instagram sebagai referesi wisata pada mahasiswa ilmu komunikasi fakultas ilmu sosial dan ilmu politik universitas halu oleo

Manfaat Penelitian

Secara teoritis penelitian ini dapat memberikan pengetahuan atau sumbangan ilmu terhadap mahasiswa maupun pembaca tentang penggunaan instagram sebagai referensi wisata pada mahasiswa. Penelitian ini juga dapat digunakan dalam pengembangan studi ilmu komunikasi yang berkaitan dengan *new media* seperti peran-peran sosial baik positif dan negatif.

Manfaat praktis, Penelitian ini juga dapat dijadikan referensi sehingga membantu mahasiswa dalam pembuatan tugas akhir kuliah dan dapat membantu pihak pemerintah terkait untuk dijadikan referensi jika melakukan sosialisasi mengenai referensi wisata di sulawesi tenggara.

Manfaat Metodologi, penelitian ini dapat memberikan wawasan kepada masyarakat agar dapat bersikap bijak dalam perkembangan teknologi komunikasi khususnya dalam penggunaan media sosial dan media komunikasi.

Tinjauan Pustaka

Untuk mengetahui penggunaan instagram sebagai referensi wisata pada mahasiswa maka peneliti menggunakan teori uses and gratifications (kepuasan) untuk memberikan gambaran-gambaran atau landasan teori yang akan dipakai sebagai landasan penelitian yang akan dilakukan. Teori yang diambil adalah teori mengenai permasalahan yang akan diteliti.

Pendekatan Uses and Gratifications untuk pertama kali dikenalkan oleh Alihu Katz (1959) dalam artikel sebagai reaksinya terhadap pernyataan Bernard Berelson (1959) bahwa penelitian komunikasi tampaknya akan mati. Katz menegaskan bahwa bidang kajian yang sedang sekarat itu adalah studi komunikasi massa sebagai persuasi.

Dia menunjukkan bahwa kebanyakan penelitian komunikasi sampai waktu itu diarahkan kepada penyidikan efek kampanye persuasi pada khalayak. Katz mengatakan bahwa penelitiannya diarahkan kepada jawaban terhadap pernyataan, apa yang dilakukan media untuk khalayak (What do the media do to people?). (Rakhmat, 2004:65).

Jalaluddin Rakhmat (2007:205) mengutip dari Katz, Blumer, dan Gurevitch bahwa Uses and gratification meneliti asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber yang lain, yang membawa pada pola terpaan media yang berlainan (keterlibatan media kegiatan lain), dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain, dan barang kali termasuk yang tidak kita inginkan.

Menurut Kjell Halvor Landsvert (2014), instagram sebagai salah satu media sosial memiliki fitur – fitur yang selalu mengalami perkembangan seiring dengan kebutuhan penggunanya, fitur – fitur tersebut adalah sebagai berikut :

1. Mengunggah Foto

Kegunaan utama dari *instagram* adalah sebagai wadah untuk mengunggah dan berbagai foto-foto kepada pengguna lainnya. Foto yang ingin diunggah dapat diperoleh melalui kamera *iDevice* ataupun foto-foto yang ada di album foto *iDevice* tersebut.

2. Kamera

Penggunaan kamera melalui *instagram* juga dapat langsung menggunakan efek-efek yang ada, untuk mengatur pewarnaan dari foto yang dikehendaki oleh sang pengguna.

3. Efek Foto

Efek *instagram* terus diperbarui dan terakhir memiliki 25 efek terdiri dari: *larik, Reyes, Juno, Slumber, Crema, Ludwig, Aden, Perpetua, Amora, Mayfair, Rise, Hudson, velencia, X-Prp II, Sierra, Willow, Lo-Fi, Earlybird, Brannan, Inkwell, Hefe, Nashville*, yang fungsinya adalah untuk memfokuskan pada satu titik tertentu dan sekelilingnya menjadi hiburan.

4. Judul Foto

Sebelum menunggah sebuah foto, para pengguna dapat memasukan judul untuk menamai foto tersebut sesuai dengan apa yang ada dipikiran para pengguna. Judul-judul tersebut dapat digunakan pengguna untuk menyinggung pengguna *instagram* lainnya dengan menyantumkan nama akundari orang tersebut.

5. Arroba

Seperti halnya *twitter* dan juga *facebook*, *instagram* juga memiliki fitur yang dapat digunakan penggunanya untuk menyinggung pengguna lainnya dengan menambahkan tanda arroba (@) dan memasukan akun *instagram* dari pengguna tersebut.

6. Label Foto

Sebuah label dalam dalam *instagram* adalah sebuah kode yang memudahkan para pengguna untuk mencari foto tersebut dengan menggunakan “kata kunci”.

Menurut James J. Spillane (1994: 63-72) suatu objek wisata atau destination, harus meliputi lima unsur yang penting agar wisatawan dapat merasa puas dalam menikmati perjalanannya, maka objek wisata harus meliputi :

1. Lokasi

motivasi wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat tujuan adalah untuk memenuhi atau memuaskan beberapa kebutuhan atau permintaan. Biasanya mereka tertarik pada suatu lokasi karena ciri- ciri khas tertentu.

2. Fasilitas

Fasilitas cenderung berorientasi pada attractions disuatu lokasi karena fasilitas hams dekat dengan pasarnya. Fasilitas cenderung mendukung bukan mendorong pertumbuhan dan cenderung berkembang pada saat yang sama atau sesudah attractions berkembang.

3. Infrastruktur

Infrastruktur dan fasilitas tidak dapat tercapai dengan mudah kalau belum ada infrastruktur dasar. Infrastruktur termasuk semua konstruksi di bawah dan di atas tanah dan suatu wilayah atau daerah.

4. Transportasi

5. Situasi

Wisatawan yang sedang berada dalam lingkungan yang belum mereka kenal maka kepastian akan jaminan keamanan sangat penting, khususnya wisatawan asing.

Menurut Elihu Katz, Jay G. Blumler dan Michael Gurevith (dalam Rakhmat, 2005). Penggunaan media massa oleh khalayak aktif. Dengan kata lain, penggunaan media oleh khalayak diasumsikan sebagai perilaku aktif dimana khalayak dengan sadar memilih dan menggunakan media tertentu untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan. Pemilihan media dan isinya merupakan sebuah tindakan yang beralasan serta memiliki tujuan dan kepuasan tertentu

1. Kognitif : Kepuasan yang berkaitan dengan pemenuhan informasi, pengetahuan dan pemahaman mengenai lingkungan. Kepuasann ini didasarkan pada hasrat untuk memahami dan menguasai lingkungan; juga memuaskan rasa penasaran kita dan dorongan untuk penyelidikan kita.\
2. Afektif : Kepuasan yang berkaitan dengan peneguhan pengalaman-pengalaman yang estetis, menyenangkan, dan emosional.
3. Behaviour: Kepuasan tingkah laku merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati; yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan berperilaku

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Penelitian ini di lakukan di Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Halu Oleo (UHO). Lokasi ini dipilih karena peneliti menemukan beberapa mahasiswa yang menggunakan instagram sebagai referensi wisata yang tentunya menyangkut dengan judul atau rumusan masalah yang akan di teliti oleh peneliti. Selain itu lokasi peneliti dekat dengan wilayah tempat tinggal peneliti sehingga memudahkan peneliti untuk meneliti.

Subjek dan Informan Penelitian

Subjek Penelitian

Subjek pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswa yang menempuh pendidikan di Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Halu Oleo (UHO) Angkatan 2014 yang menggunakan media sosial instagram yakni 38 pengguna instagram.

Informan

Informan dalam penelitian ini sebanyak 6 orang dimana Informan yang diambil yaitu yang mampu memberikan keterangan masalah yang sedang diteliti.

Teknik Penentuan Informan

Penentuan informan dilakukan dengan cara *snowble sampling* (secara sengaja), yaitu informan ditentukan berdasarkan tujuan dan kebutuhan peneliti, dengan mempertimbangkan bahwa informan mampu memberikan keterangan terhadap permasalahan yang diteliti. Mahasiswa yang digunakan pada subyek penelitian yaitu dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Mahasiswa memiliki akun *instagram*
- b. Aktif mengakses instagram dan mengunggah foto minimal satu kali dalam seminggu
- c. Mahasiswa pernah menggunakan akun *instagram* sebagai referensi wisata
- d. Mahasiswa pernah berwisata berdasarkan referensi dari instagram

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti terdapat dua teknik yaitu :

1. Observasi (pengamatan)

Menurut Nawawi & Martini (dalam Afifuddin dan Beni Ahmad Saebani, 2009:134), observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu gejala atau gejala-gejala dalam suatu penelitian. Pada penelitian ini, juga akan melakukan observasi terhadap akun-akun wisata pada *instagram*.

2. Wawancara

Menurut Afifuddin dan Beni Ahmad Saebani (2009:131). Wawancara adalah metode metode pengambilan data dengan cara menanyakan sesuatu kepada seseorang yang menjadi informan atau responden. Caranya dengan bercakap-cakap secara tatap muka. Selain itu, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam atau *dept interview* dimana, peneliti mengumpulkan informasi dan data yang lengkap secara langsung bertatap muka dengan informan (Krisyanto, 2011:98).

3. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu kegiatan pengumpulan data melalui berbagai sumber data yang tertulis, baik yang berhubungan dengan masalah kondisi objektif, juga silsilah dan pendukung data lainnya.

4. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan dengan cara mengumpulkan data dan informasi pada buku literatur dan sumber lain yang relevan dengan masalah yang diteliti

Sumber dan Jenis Data

Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Data Primer

Sumber data primer adalah data yang diperoleh secara langsung yang berhubungan dengan penelitian dan mampu memberikan informasi.

2. Data Sekunder

Sumber data yang diperoleh dari penulis melalui kajian kepustakaan yang relevan dengan masalah penelitian dan merupakan data pendukung dalam penelitian.

Jenis Data

1. Data Kualitatif

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif yaitu data yang di peroleh dari hasil wawancara dari para informan yang di ambil di lapangan penelitian dan hasil observasi yang kemudian di deskripsikan secara sistematis melalui laporan penelitian.

2. Data Kuantitatif

Yaitu data yang diperoleh pada lokasi penelitian yang telah tersedia dalam bentuk angka atau jumlah dalam hal ini berupa usia informan, dan jumlah informan dalam penelitian.

Teknik Analisis Data

Data-data yang diperoleh dalam penelitian ini dianalisis secara deskriptif kualitatif yang berkaitan dengan jawaban dari rumusan masalah mengapa mahasiswa menggunakan media sosial *instagram* sebagai media referensi wisata.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penggunaan fitur instagram pada mahasiswa

Fitur instagram yang ada pada instagram ada beberapa macam, antara lain, mengunggah foto, kamera, efek foto, arroba (@), label foto dan judul foto. Dimana masing – masing fitur ini memiliki fungsi dan kegunaan yang berbedah juga. Fitur - fitur inilah yang mahasiswa gunakan dalam menggunakan instagram.

Setelah memaparkan hasil wawancara mengenai penggunaan fitur instagram pada mahasiswa. Hasil wawancara yang didapatkan dari beberapa mahasiswa, peneliti akan menganalisis hasil wawancara dari beberapa informan tersebut. Berikut ini penggunaan fitur – fitur instagram pada mahasiswa.

1. Mengunggah Foto

Hasil wawancara dengan informan Dandy Arfriansyah, peneliti dapat menganalisis bahwa mahasiswa sering mengunggah foto kedalam instagram dikarenakan proses pengunggahan sangat cepat dan hanya butuh beberapa detik gambar langsung bisa muncul ke beranda, ini adalah salah satu kelebihan instagram dimana proses pengunggahan sangat cepat.

Selanjutnya dari hasil wawancara dengan informan Wa Ode Aning Sartika peneliti dapat menganalisa bahwa mahasiswa mengunggah foto ke dalam instagram di karenakan mereka ingin foto-foto mengenai aktifitas mereka dapat dilihat oleh teman-teman mereka maupun orang lain. Maka dari itu sesering mungkin mereka mengunggah foto kedalam instagram.

2. Kamera Instagram

Hasil penelitian yang didapatkan dari mahasiswa Rini bahwa mahasiswa tidak selalu mengunggah foto dengan menggunakan kamera instagram di karenakan gambar yang dihasilkan kurang memuaskan dan juga kualitas pemngambilan gambar oleh kamera handphone kurang bagus, maka dari itu mereka biasanya menggunakan bantuan aplikasi kamera yang memberikan hasil gambar yang memuaskan.

Selanjutnya dari hasil wawancara dengan informan Hesti Yuspita, peneliti dapat menganalisa bahwa mereka tidak menggunakan kamera instagram disebabkan pengambilan gambar terbatas karena dibatasi dengan ukuran foto sehingga foto yang dihasilkan kurang memuaskan. Maka dari itu kamera instagram kurang diminati oleh penggunanya.

3. Efek Foto

Hasil penelitian yang didapatkan dari mahasiswa Wa Ode Aning Sartika, peneliti dapat menganalisa bahwa mahasiwa sangat suka menggunakan efek foto pada setiap foto yang mereka unggah dimana efek yang di sediakan oleh instagram bermacam – macam dengan begitu mereka dapat memilih sesuai yang mereka inginkan.

Selanjutnya dari hasil wawancara dengan informan Ririn Pratiwi, peneliti dapat menganalisa bahwa mahasiwa menyukai efek yang disediakan oleh instagram untuk penggunaannya, dan efek yang ada sangat bagus serta efek yang disediakan oleh instagram sangat halus sehingga hasilnya natural walaupun dengan tambahan efek. Sehingga tampilan foto sangat bagus dilihat oleh pengikut mereka.

4. Judul Foto

Hasil penelitian yang didapatkan dari mahasiswa Ririn Pratiwi, peneliti dapat menganalisa bahwa mahasiswa, tidak semua foto yang mereka unggah menggunakan judul foto itu sebabkan sebagian pengguna kurang bisa berkata- kata dalam sebuah foto, jadi mereka sangat terbantu dengan adanya instagram karena mereka bisa melihat berbagai gambar yang sertai judul foto dan biasanya mereka menggunakan kata yang sama saat mengunggah foto kedalam instagram.

Selanjutnya dari hasil wawancara dengan informan Wa Ode Aning Sartika peneliti dapat menganalisa bahwa dia menggunakan judul foto sesuai apa yang dirasakan pada saat itu dan biasa sesuai apa yang menggambarkan situasi pada gambar/ foto yang akan mereka unggah, jadi disini sesuai perasaan pengunggah pada saat itu.

5. Arobba (@)

Hasil penelitian yang didapatkan dari mahasiswa Rini, peneliti dapat menganalisa bahwa mereka menggunakan arobba (@) pada saat mereka mengunggah foto yang dimana didalam tersebut terdapat teman – teman oleh pengunggah dan untuk menyinggung gambar yang ada mereka menyertakan @ sehingga orang yang berada pada gambar tersebut langsung di ketahui.

Selanjutnya dari hasil wawancara dengan informan Dandy Arfriansyah, peneliti dapat menganalisa bahwa saat mereka mengomentari satu sama lain antar

pengguna instagram mereka menggunakan arobba (@), hal itu dilakukan agar pesan yang mereka tujuh sesuai sasaran pesan.

6. Label foto

Hasil penelitian yang didapatkan dari mahasiswa Ririn Pratiwi, peneliti dapat menganalisa bahwa mereka menggunakan label foto (#) ketika mereka sedang bingung mencari apa yang mereka telah cari maka mereka akan menulis kata kunci, maka akan muncul semua yang berhubungan dengan kata kunci yang mereka cari. Semua itu sangat membantu mereka karena mereka tidak perlu mengecek satu persatu apa yang mereka cari.

Selanjutnya dari hasil wawancara dengan informan Dandy Arfriansyah, peneliti dapat menganalisa bahwa ketika mencari sesuatu informasi tentang referensi wisata yang sedang booming, hits dan kekinian sangat mudah didapatkan dengan bantuan label foto (#). Contohnya saja dengan menulis #bokori maka semua yang berhubungan dengan bokori akan muncul.

Penggunaan Instagram Sebagai Referensi Wisata Pada Mahasiswa

instagram tentunya menjadi penting, karena Instagram menimbulkan manfaat bagi individu atau kelompok dalam aktivitas sosial, khususnya dalam kegiatan berwisata. Pada kalangan mahasiswa, umumnya mereka lebih cenderung menjadi pengguna paling aktif, pada setiap momen, kejadian, dan karya, mereka bisa berfoto dan mengunggahnya ke instagram. Bagi mereka, instagram adalah salah satu sarana atau media untuk mencari referensi tempat wisata yang belum pernah mereka kunjungi. Mereka bisa dengan mudah melihat postingan foto tentang lokasi wisata dari akun instagram teman. dan instagram juga memiliki fitur-fitur yang memiliki banyak manfaat untuk penggunaannya.

Penggunaan instagram juga terjadi pada mahasiswa di jurusan ilmu komunikasi fakultas ilmu sosial dan ilmu politik, dari hasil wawancara informan mahasiswa tidak hanya menggunakan instagram sebagai tempat untuk mengunggah foto tetapi juga sebagai salah satu wadah untuk mencari referensi wisata.

Setelah mendapatkan informasi dari beberapa informan peneliti akan menganalisis penggunaan instagram sebagai referensi wisata pada mahasiswa jurusan ilmu komunikasi fakultas ilmu sosial dan ilmu politik universitas halu oleo.

1. Objek wisata

Suatu objek wisata atau destination, memiliki unsur - unsur ialah lokasi, fasilitas, transportasi, situasi. yang penting agar wisatawan dapat merasa puas dalam menikmati perjalanannya.

1. Lokasi

Hasil penelitian yang didapatkan dari mahasiswa waode aning sartika, peneliti dapat menganalisa ketika mencari objek wisata yang pertama mereka perhatikan adalah lokasinya apakah lokasinya dekat atau jauh, apabila jauh maka, akan memakan ongkos banyak, tetapi apabila lokasi tersebut belum pernah mereka kunjungi, mereka akan mempertimbangkan apakah akan kesana atau tidak.

Selanjutnya dari hasil wawancara dengan informan Rini, peneliti dapat menganalisa bahwa hal yang paling mereka perhatikan sebelum memulai perjalanan yaitu lokasi dan fasilitas apabila lokasi wisata masih baru, lagi hits, kekinian. maka

tanpa berpikir panjang langsung bisa dijadikan referensi wisata. Karena mereka ingin mengikuti trend yang ada pada saat itu.

2. Fasilitas

Hasil penelitian yang didapatkan dari mahasiswa Dandy Arfriansyah, peneliti dapat menganalisa ketika mereka mencari objek wisata, mereka melihat fasilitas – fasilitas apa saja yang ada objek wisata tersebut, dan mereka melihat fasilitas baru apa saja yang ada. Apa bila tempat tersebut memiliki fasilitas baru maka akan membuat pengunjung senang, apa lagi kalau berbedah dengan yang lain.

Selanjutnya dari hasil wawancara dengan informan Ririn Pratiwi, peneliti dapat menganalisa bahwa dia tidak terlalu menuntut untuk fasilitas yang terbaru dari suatu objek wisata, tetapi yang dia inginkan yakni fasilitas yang umum yang memang harus ada pada setiap objek wisata yakni wc umum dan rumah singgah atau rumah rumah buat berteduh.

3. Transportasi

Hasil penelitian yang didapatkan dari mahasiswa Ririn Pratiwi, peneliti dapat menganalisa bahwa yang mereka harapkan jalan untuk kesuatu objek wisata harus bagus, apa bila jalan kesana sudah bagus, maka bisa naik transportasi apa saja sesuai kebutuhan mereka. Jadi semua itu tergantung dari kondisi jalan.

Selanjutnya dari hasil wawancara dengan informan Dendi Apriansyah, peneliti dapat menganalisa, bahwa dia tidak terlalu mempermasalahkan transportasinya ketika menuju objek wisata, karena semakin menantang perjalanan ke lokasi wisata semakin mereka suka, yang utama yakni ketika objek wisata tersebut bagus, maka perjalanan menuju kesana atau transportasi yang di gunakan tidak menjadi suatu tantang untuk mereka

4. Situasi

Hasil penelitian yang didapatkan dari mahasiswa rini. Peneliti dapat menganalisa bahwa yang menjadi faktor utama ketika mereka mencari objek wisata yakni situasinya harus aman, karna menurut mereka percuma saja lokasinya bagus dan banyak fasilitasnya, tapi jika situasinya kurang aman, maka para pengunjung tidak akan nyaman berda di tempat tersebut.

Selanjutnya dari hasil wawancara dengan informan Wa Ode Aning Sartika, peneliti dapat menganalisa bahwa, katika situasi perjalanan mau ke objek wisata agak menantang maka, objek wisata tersebut akan di pertimbangan, mengingat dia adalah seorang wanita, jadi ketika dia merasa tidak nyaman akan situasi yang ada maka akan di pertimbangan dulu apa ka bisa dijadikan refrensi wisata atau tidak.

Peneliti dapat menganalisa mahasiswa sebelum mereka memutuskan untuk ketempat yang mereka inginkan, mereka sangat memperhatikan lokasi, fasilitas, transportasi, situasi yang mereka pilih karena mereka memperhitungkan biaya ,apa bila lokasinya dekat maka tidak memakan biaya banyak dan mudah mereka tempuh apalagi di dukung dengan fasilitas yang bagus dengan situasi yang aman untuk pengunjung, karena mereka mencari tempat wisata untuk refreasing dan mencari hiburan apa lagi di tambah dengann lokasi wisata yang baru dan kekinian. Dengan begitu semua aspek tersebut sangat menentukan ketertarikan wisatawan untuk mendatangi suatu objek wisata pada daerah tertentu.

peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa mahasiswa memperhatikan situasi dimana ketika suatu objek wisata yang mereka akan tujuh memilih akses jalan bagus itu

menjadi satu pertimbangan, apa lagi ditambah situs yang aman untuk para pengunjung, maka hal itu bisa langsung dijadikan referensi wisata mereka.

2. Kepuasan

1. Kognitif

Hasil penelitian yang didapatkan dari mahasiswa Wa Ode Aning Sartika, peneliti dapat menganalisa bahwa mahasiswa mengikuti akun-akun wisata ataupun akun selebriti dan akun teman mereka, karna dari situ mereka mendapatkan informasi yang lengkap mengenai tempat wisata. dalam hal ini judul foto dan pengambilan gambar yang bagus juga ikut mempengaruhi informasi mereka.

Selanjutnya dari hasil wawancara dengan informan Hesti Yuspita, peneliti dapat menganalisa bahwa mereka mengikuti akun – akun wisata karena mereka menyukai gambar yang disugukan oleh akun tersebut dimana terdapat pemandangan yang indah, dan di sanalah mereka mendapatkan referensi wisata yang menjelaskan tempat tersebut secara mendetail dan rinci, sehingga pengunjung tak perlu melihat tempat itu terlebih dahulu.

2. Afektif

Hasil penelitian yang didapatkan dari mahasiswa Ririn Pratiwi, peneliti dapat menganalisa bahwa mereka senang menggunakan instagram karena status yang dibuat dalam bentuk gambar/foto dimana foto yang diunggah berbagai beraneka ragam, salah satunya gambar/foto tentang tempat wisata yang di unggah oleh akun temannya dimana foto tersebut menunjukkan pemandangan yang indah serta pengambilan foto yang bagus dan di tambahkan sedikit efek sehingga mempercantik tampilan foto. Hal itu mempengaruhi perasaan mereka untuk mengunjungi tempat tersebut.

Selanjutnya dari hasil wawancara dengan informan Hesti Yuspita, peneliti dapat menganalisa bahwa ketika mereka menyukai sesuatu karena hal itu masih baru contohnya yang lagi tempat wisata pulau labengki dimana tempat tersebut merupakan tempat wisata yang pemandangannya tidak perluh diragukan lagi karena tempat tersebut sering disebut raja ampatnya sulawesi. Dan ketika salah satu akun teman mereka mengunggah foto tentang tempat tersebut tanpa disadari mereka akan langsung mencari tau dan hal tersebut menimbulkan rasa penasaran dan mereka ingin mengunjungi tempat tersebut.

3. Tingkah laku

Hasil penelitian yang didapatkan dari mahasiswa Wa Ode Aning Sartika, peneliti dapat menganalisa bahwa mereka sangat terbantu dengan adanya instagram dimana saat mereka mencari tempat wisata, maka semua informasi yang mereka cari akan muncul melalui foto-foto yang menjelaskan secara detail mengenai tempat itu. Contohnya ketika mengunjungi pulau bokori, mereka tidak kecewa karena informasi sesuai apa yang dijelaskan oleh akun yang mereka ikuti.

Selanjutnya dari hasil wawancara dengan informan Rini, peneliti dapat menganalisa bahwa mereka menggunakan intagram karena informasi yang sediakan selalu baru dan diperbaharui. Salah satunya saja informasi wisata, mereka mencari referensi wisata berdasarkan yang sedang hitz, booming, kekinian dan terbaru karena mereka ingin kelihatan kekinian, maka dari itu mereka selalu mengikuti perkembangan trend dalam hal wisata.

Setelah menganalisis mengenai penggunaan instagram sebagai referensi wisata pada mahasiswa berdasarkan hasil wawancara dari beberapa informan yang merupakan

beberapa mahasiswa di jurusan ilmu komunikasi fakultas ilmu sosial dan ilmu politik universitas halu oleo, peneliti akan menghubungkan dengan teori yang digunakan.

Menurut para pendirinya, Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch (dalam Rakhmat, 2005) penggunaan media massa oleh khalayak aktif. Dengan kata lain, penggunaan media oleh khalayak diasumsikan sebagai sebuah perilaku aktif dimana khalayak dengan sadar memilih dan mengkonsumsi media tertentu untuk memenuhi kebutuhan serta kepuasan Pemilihan media dan isinya merupakan sebuah tindakan yang beralasan serta memiliki tujuan dan kepuasan tertentu sesuai dengan inisiatif khalayak.

Kepuasan penggunaan instgram mahasiswa mengenai referensi wisata didasarkan pada kurangnya informasi yang disediakan oleh aplikasi lain sehingga mereka lebih memilih instagram sabagai wadah untuk mencari referensi wisata karena pada instagram segala informasi yang mereka cari dapat dengan mudah di temukan. Disini bisa dilihat bahwa instagram merupakan aplikasi yang akan kaya dengan informasi yang sangat berguna untuk penggunanya serta menambah pengetahuan dan pengalam untuk penggunanya. (Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch (dalam Rakhmat, 2005))

Kepuasan yang mereka dapatkan ketika melihat dan menggunakan akun instagram yaitu suatu kesenangan tersendiri bisa mendapatkan hiburan dari unggahan foto yang berisi berbagai macam gambar, dari yang lucu, konyol bahkan pemandangan indah, dan didalam instagram terdapat berbagai macam akun-akun wisata, dan itu memanjakan para pengikutnya dimana mereka mendapatkan nilai ertetika disetiap gambar. (Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch (dalam Rakhmat, 2005))

Kepuasan yang paling utama yakni ketika mereka sudah mendapatkan informasi tentang suatu tempat dan ketika hal itu mempengaruhi perasaan mereka. Mereka akan kesana dan ketika informasi yang didapatkan sesuai dengan apa yang mereka kunjungi maka menimbulkan kepuasan tersendiri sudah melakukan wisata dengan informasi yang mereka dapatkan dari akun intagram.(Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch (dalam Rakhmat, 2005))

KESIMPULAN

Kesimpulan

Dari penelitian yang telah dilakukan mengenai penggunaan instagram sebagai referensi wisata pada mahasiswa fakultas ilmu sosial dan ilmu politik universitas halu oleo. Berikut kesimpulan rumusan masalah yang sedang diteliti.

penggunaan fitur instagram pada mahasiswa

1. fitur instagram
 - a. mengunggah foto
 - b. kamera
 - c. efek foto
 - d. judul foto
 - e,arobba (@)
 - f. label foto

penggunaan instagram sebagai refrensi wisata pada mahasiswa

1. objek wisata
 - a. lokasi
 - b. fasilitas

**National Conference of Creative Industry:
Sustainable Tourism Industry for Economic Development**

Universitas Bunda Mulia, Jakarta, 5-6 September 2018

ISSN No: 2622-7436

- c. transportasi
- d. situasi

2. kepuasan

- a. Penggunaan instagram menimbulkan kepuasan kognitif pada pengguna instagram yang terjadi adalah pengguna instagram mendapatkan informasi. Dengan adanya instagram pengguna instagram menjadi tahu tentang informasi-informasi wisata yang diunggah pada akun-akun wisata di instagram. Informasi dari akun-akun wisata instagram juga merupakan sesuatu hal yang baru.

Sperti tempat-tempat wisata baru yang belum banyak dikunjungi wisatawan. Spot-spot dari tempat yang indah dan menarik. Jadi instgram dalam kepuasan kognitif ini sangatlah mempengaruhi dalam hal informasi kerana pengguna instagram mengalami penambahan informasi yang diakses melalui instagram.

- b. Pengguna instagram juga menimbulkan kepuasan afektif, pengguna instagram mengalami perubahan sikap atau emosi pad dirinya. Perubahan terjadi ketika pesan yang ditangkap dari sumber informasi. Pesan dalam hal ini foto atau video yang dilihat dari akun wisata instagram yang menarik perubahan sikap/emosi ditunjukkan dengan keinginan untuk mengunjungi tempat wisata tersebut.

Sehingga akun akun wisata tersebut secara tidak lansung mempengaruhi pengguna intagram. Pesan-pesan yang disampaikan melalui gambar dan dikemas dengan menarik dengan fotografi yang indah merupakan salah satu daya tarik yang membuat kepuasan afektif pada pengguna instagram dan membuat perasaan ingin tahu dan penasaran untuk mengunjungi tempat-tempat wisata tersebut.

- c. Penggunaan instagran juga menimbulkan kepuasan tingkah laku (behaviour), namun pada pengguna instagran tampaknya kepuasan tingkah laku belum begitu mempengaruhi pengguna instagram dalam berwisata setelah melihat referensi dari instagram secara keseluruhan. Sehingga, kepuasan penggunaan instagram hanya sebatas kepuasan afektif.

Namun, adapula pengguna instagram yang mendapatkan informasi wisata setelah mengakses instgaram sampai pada kepuasan tingkah laku. Kepuasan tingkah lakudijalankan oleh pengguna instagram yang mengakses akun wisata dengan beberapa pertimbangan adalah waktu dan ekonomi. Jika keduanya memungkinkan terjadilah kepuasan tingkah laku pada pengguna instagram.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrar, Ana Nadhya. 2003. *Teknologi Komunikasi: Perspektif Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: LESFI.
- Bagyono. 2006. *Teori dan Praktek Hotel Front Office*. Bandung : CV.Alfabeta.
- Burkart, A. Jand Medlik, S. 1981. *Tourism: Past, Present, and Sejarah Pariwisata dan Perkembangannya di Indonesia*. Jakarta : Grasindo.
- Kodhyat, h. (1983:4). *Pengertian pariwisata dan kepariwisataan*, yogyakarta.

**National Conference of Creative Industry:
*Sustainable Tourism Industry for Economic Development***

Universitas Bunda Mulia, Jakarta, 5-6 September 2018

ISSN No: 2622-7436

Kusumaningrum, Dian. 2009. *Persepsi Wisatawan Nusantara Terhadap Daya Tarik Wisata Di Kota Palembang*. Tesis PS. Magister Kajian Pariwisata. Universitas Gadjah Mada.

Landsverk, Kjell Halvor. (2014). *The Instagram Book: Edition 2014*. United Kingdom : PrimeHead Limited.

Pendit, Nyoman S. 1994. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar*. Perdana. Jakarta.

P. Sumarji. 1996. *Pelayanan referensi di perpustakaan*. Yogyakarta: Kanisius.

Wahab, S. (1996). *Manajemen kepariwisataan*. Jakarta : Pt. Pradnya paramita.