

**MOTIF PENGGUNAAN INSTAGRAM SEBAGAI REFERENSI WISATA
(Studi Khusus pada Mahasiswa Fisip Unisri Surakarta)**

Oleh :

Krisna Adji Baskara¹, Bedjo Sukarno², Buddy Riyanto³

Abstract

This research is descriptive qualitative which trying to described the motive of the use of instagram as a tourism reference on students of UNISRI Surakarta. With using analysis display at the interactive model by miles and huberrman, the results of this research pointed out that the motive of the use of instagram among FISIP students are varied, there are students that just open, see, and uploaded a picture or photos on instagram, there are also students who access instagram to seek for information, there are also students who access to find reference tourism in Instagram accounts.

keywords: motives, instagram, tourism reference

Pendahuluan

Kemudahan teknologi komunikasi sekarang ini membuat mahasiswa mudah mengakses segala informasi dan teknologi informasi juga termasuk hal yang mudah ditemukan karena hampir semua orang dapat mengakses informasi melalui smartphone. Perangkat komunikasi tersebut didukung juga dengan berkembangnya teknologi internet. Internet sendiri merupakan wujud perkembangan teknologi komunikasi yang semakin mempermudah mahasiswa untuk memperoleh dan bertukar informasi dengan cepat.

Media jejaring sosial seperti twitter, path, instagram, atau facebook memang sulit dipisahkan dari kehidupan seseorang. Akun-akun tersebut banyak digunakan orang selain untuk mendapatkan atau mengetahui informasi namun juga sebagai sarana untuk membangun relasi dengan orang lain. Misalnya lewat sebuah instagram, kita bisa mengetahui tempat-tempat apa yang sedang populer pada sekarang ini. Informasi lain seperti berita terbaru dari berbagai topik pun banyak dibicarakan antar pengguna media sosial di twiteer atau path. Media sosial menjadi primadona baru pada perkembangan media yang semakin berkembang pada saat ini

Mahasiswa yang sering disibukkan dengan tugas-tugas kuliah dan kegiatan organisasi kemahasiswaan, menjadi salah satu faktor yang mendorong mahasiswa untuk bersantai atau (refreshing) dari kesibukan dengan berwisata. Berwisata menjadi agenda bagi mahasiswa ketika liburan diakhir semester. Mahasiswa Fisip

didomisili mahasiswa berbagai wilayah di indonesia. Wilayah yang dimaksud dibagi menjadi dua yaitu, yang pertama mahasiswa yang berasal dari karisidenan surakarta meliputi: karanganyar, boyolali, klaten, sukoharjo, wonogiri, solo, dan sragen. Yang kedua mahasiswa dari luar karisidenan surakarta yaitu wilayah-wilayah selain yang sudah disebutkan diatas. Data tahun 2016 menunjukkan bahwa jumlah mahasiswa Fisip mencapai 179 orang, 69,83% berasal dari karisidenan surakarta dan 30,17% berasal dari luar karisidenan surakarta. Mahasiswa luar kota surakarta masih begitu familiar mengenai kota solo terlebih lagi mengenai pariwisatanya. Bagi mahasiswa yang berasal dari luar kota solo keingintahuan mereka mengenai wisata kota solo juga sangat besar sehingga mahasiswa membutuhkan referensi tentang objek wisata yang ada di wilayah kota Surakarta. Kota solo juga memiliki berbagai aspek pariwisata, mulai dari wisata alam, wisata budaya dan sejarah, wisata kuliner dan lain sebagainya.

Instagram adalah salah satu media sosial yang fenomenal di tahun 2016. Diluncurkan pada tahun 2010, sebagai media komunikasi instagram merupakan media berbasis foto/gambar pada cara kerjanya. Sehingga sistem komunikasi pada media sosial instagram ini dengan berbagai foto dengan teman kita di media tersebut dan menulis pesan melalui komentar pada foto yang diunggah. Pada tahun 2014, pengguna aktif instagram di dunia mencapai 300 juta orang, angka tersebut mengalahkan media sosial twitter yang lebih dulu muncul di dunia media sosial.

¹ Penulis 1

² Pembimbing I

³ Pembimbing II

Sejak kemunculan instagram dan banyak yang mengakses, instagram menimbulkan efek bagi individu atau kelompok dalam kehidupan sosial, yaitu mempengaruhi gaya hidup. Salah satu kegunaan instagram sebagai media komunikasi dan informasi yaitu sebagai media referensi tempat wisata. Referensi-referensi tersebut begitu mempengaruhi fenomena travelling masyarakat saat ini. Foto-foto tempat wisata yang diunggah di Instagram dapat mempengaruhi pengguna lainnya dan menimbulkan respon bagi pengguna Instagram lain.

Hasil observasi menunjukkan bahwa mahasiswa banyak yang menggunakan dan mengakses Instagram. Mahasiswa memiliki alasan yang berbeda-beda mengenai penggunaan Instagram dan motif mereka beraneka ragam ada yang sekedar membuka dan melihat gambar-gambar yang sudah terupload di Instagram, ada juga yang mengupload foto dirinya dan orang lain ke dalam Instagram, dan ada juga yang digunakan untuk berjualan Online.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan motif mahasiswa unisri dalam penggunaan instagram sebagai referensi wisata di wilayah surakarta. Hasil penelitian diharapkan memberi kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi khususnya komunikasi massa.

Motif merupakan suatu kecenderungan untuk melakukan aktivitas yang berasal dari dorongan dalam diri dan diakhiri dengan penyesuaian diri di mana penyesuaian diri ini dikatakan untuk memuaskan motif. Dalam hubungannya dengan suatu media, menurut teori behaviorisme "*law of effects*" perilaku yang tidak mendatangkan kesenangan tidak akan diulangi; artinya kita tidak akan menggunakan media bila media tersebut tidak memberikan kepuasan pada kebutuhan kita. Jadi jelaslah kita menggunakan suatu media didorong oleh motif-motif tertentu. (Rakhmat,2007:116). Kecenderungan pengguna untuk mengeshare dan mencari informasi dengan menggunakan akun berbasis foto memudahkan para traveler untuk menentukan tujuan wisata. Foto yang di upload mampu memberikan gambaran yang real dengan kondisi nyata sesuai dengan kondisi asli.

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. (Bogdan dan Taylor, 1975:5) dalam (Moleong, 2010:4) mendefinisikan metodologi penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara holistik (utuh). Penelitian ini dilakukan di Universitas Slamet Riyadi Surakarta dengan subyek penelitian mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik.

Apabila data yang diperlukan telah terkumpul, kemudian diklarifikasikan dalam data yang bersifat kualitatif, yaitu yang digambarkan dengan kata-kata tertulis atau lisan sebagai kategori untuk memperoleh kesimpulan. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka jenis atau tipe kualitatif merupakan tipe yang tepat dan sesuai dengan penelitian ini sebagai suatu studi awal, oleh karena itu penulis memilih jenis penelitian ini.

Dalam penelitian ini data yang dikumpulkan bersumber pada informan atau narasumber. Penentuan informan menggunakan snowball sampling. Informan dalam penelitian ini terdiri dari mahasiswa Fisip Asli Surakarta dan mahasiswa Fisip Pemandang Luar Surakarta. Sedangkan pengumpulan data terdiri dari: wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Untuk mengukur keabsahan data peneliti akan menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi merupakan cara paling umum digunakan bagi peningkatan validitas data dalam penelitian kualitatif. Triangulasi sumber menurut Patton dalam Moleong (2010:330) mengungkapkan bahwa teknik triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Hal ini dikarenakan pengambilan data menggunakan wawancara yang dimana sumber berperan aktif dalam memberikan informasi yang berkenaan dengan penelitian ini. Data akan dibandingkan sesuai dengan apa yang dikatakan informan baik menurut pandangan informan dan juga situasi yang terjadi.

Teknik analisis data menurut Miles dan Huberman (1994) dalam (Pawito, 2007:104). Dalam menganalisa data dan informan yang diperoleh dari penelitian lapangan. Peneliti menggunakan analisis *interactive model*. Teknik analisis ini memiliki tiga komponen yaitu: Reduksi Data, Penyajian Data, Kesimpulan.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Penggunaan media disebabkan oleh adanya kebutuhan yang timbul dari lingkungan sosial dan seseorang menggunakan media untuk memuaskan kebutuhannya. Adapun penyebab atau dorongan tersebut disebut dengan motif. Semua tingkah laku manusia pada hakikatnya mempunyai motif tertentu. Motif adalah suatu pengertian yang melingkupi semua penggerak, alasan atau dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan manusia berbuat sesuatu. Setiap individu pasti memiliki motif yang berbeda dalam memilih media, perbedaan motif ini kemudian menimbulkan perbedaan dalam tingkat kepuasan yang didapat individu dalam menggunakan media. Motif dihubungkan dengan konsumsi media berarti segala faktor dan pendorong dalam diri manusia yang menyebabkan orang menggunakan media dan tujuannya menggunakan media tersebut.

Media sosial memudahkan kita untuk berkomunikasi dengan orang lain tanpa harus bertatap muka. Instagram adalah media sosial berbasis foto/gambar. Instagram juga media sosial yang fenomenal saat ini. Hampir semua mahasiswa menggunakan dan mengaksesnya, motif mereka beraneka ragam ada yang sekedar membuka dan melihat gambar-gambar yang sudah terupload di Instagram, ada yang ingin mengupload dan menshare foto dalam Instagram, ada juga yang digunakan untuk berjualan Online dan ada juga yang ingin mendapatkan informasi.

Perkembangan teknologi komunikasi bergerak secara cepat, Smartphone telah menjadi peralatan komunikasi yang sangat penting dan mudah. Media sosial termasuk aplikasi yang berhubungan dengan internet yang bisa diakses melalui smartphone dan juga sebagai sarana untuk berkomunikasi dan bersosialisasi dengan orang lain lewat dunia maya(internet).

Instagram sebagai media referensi berupa sarana bagi mahasiswa untuk menemukan tempat-tempat yang berkaitan dengan wisata. Mahasiswa yang sering disibukkan dengan tugas-tugas kuliah menjadi salah satu faktor yang mendorong mahasiswa untuk bersantai atau (refreshing) dari kesibukan dengan berwisata. Apalagi bagi mahasiswa yang berasal dari luar kota Surakarta keingintahuan mereka mengenai wisata kota Surakarta sangatlah besar sehingga mahasiswa membutuhkan referensi tentang objek wisata yang ada di wilayah kota Surakarta. Instagram sebagai media referensi yang bagus bagi mahasiswa karena Instagram berbasis foto/gambar sehingga sangat baik digunakan bila berkaitan untuk mencari referensi yang berhubungan dengan tempat wisata. Berdasarkan data yang diperoleh sebagian besar mahasiswa tertarik untuk berwisata berdasarkan referensi di Instagram. Karena Menarik dan bagus untuk referensi wisata dan juga foto menjadi pertimbangan mahasiswa ketika berwisata. kualitas gambar dan keindahannya mempengaruhi para traveller untuk mengunjungi tempat wisata. Referensi di Instagram menjadi alternatif bagi mahasiswa dalam mencari tempat-tempat wisata yang ada di wilayah Surakarta karena terbukti sangat efektif dan mudah mengaksesnya.

Sejak kemunculan instagram dan banyak yang mengakses, instagram menimbulkan efek bagi individu atau kelompok dalam kehidupan sosial, yaitu mempengaruhi gaya hidup. Salah satu kegunaan instagram sebagai media komunikasi dan informasi yaitu sebagai media referensi tempat wisata. Referensi-referensi tersebut begitu mempengaruhi fenomena travelling masyarakat saat ini. Foto-foto tempat wisata yang diunggah di Instagram dapat mempengaruhi pengguna lainnya dan menimbulkan respon bagi pengguna Instagram lain.

Tanggapan mahasiswa terhadap akun-akun referensi wisata sangat positif karena akun-akun referensi yang ada sangat membantu mahasiswa untuk menemukan tempat yang cocok untuk mereka berwisata. Kualitas gambar dan video yang bagus juga menjadi salah satu faktor yang menjadi prioritas mahasiswa karena sebuah gambar sangat mempengaruhi minat seseorang ketika ingin berkunjung ke suatu tempat.

Seiring dengan kemajuan teknologi sekarang ini semakin banyak tempat-tempat wisata yang mengguna akun-akun resmi agar lebih mudah dikenal oleh publik sekaligus untuk mempromosikan tempat tersebut kepada masyarakat umum. Dengan referensi yang terperinci seperti itu, maka motif penggunaan instagram sebagai referensi wisata sangat berperan dalam menentukan tujuan wisata bagi para mahasiswa maupun warga solo yang belum begitu mengetahui tempat wisata di kota solo.

Penutup

Perkembangan media sosial turut ambil bagian dalam penyebaran informasi. Media sosial menjadi salah satu media mainstream yang kini menjadi sebuah alat untuk mendapatkan informasi. Instagram adalah salah satu media sosial yang fenomenal di tahun 2016. Mahasiswa memiliki alasan yang berbeda-beda mengenai penggunaan Instagram. Hasil analisis menunjukkan bahwa Mahasiswa banyak menggunakan dan mengakses Instagram, motif mereka beraneka ragam ada yang sekedar membuka dan melihat gambar-gambar yang sudah terupload di Instagram, ada yang ingin mengupload dan menshare foto dalam Instagram, ada juga yang digunakan untuk berjualan Online dan ada juga yang ingin mendapatkan informasi. Kemudahan dalam pemanfaatan teknologi khususnya instagram membuat mahasiswa FISIP Universitas Slamet Riyadi mampu menentukan tempat wisata dengan mudah melalui akun-akun instagram tentang pariwisata Surakarta. Hasil analisis menunjukkan bahwa banyak mahasiswa yang mengakses akun wisata di solo sebelum menentukan tujuan wisata. Selain sebagai referensi tempat wisata akun juga memberikan informasi-informasi lain seperti info tentang kuliner atau kegiatan atau event yang terjadi di wilayah surakarta. Keberagaman info yang lengkap tersebut yang menjadi motif mahasiswa mengakses akun wisata sebelum menentukan tujuan tempat wisata yang ada di kota solo.

Daftar Pustaka

Afifuddin, dan Beni Ahmad Saebani, 2009, Metodologi Penelitian Kualitatif, Bandung: Pustaka Setia.
Antony. Mayfield. 2008. What Is Sosial Media.ICrossing

Ardianto, Elvinaro, Lukiati dan Siti Karlinah, 2009, Bandung, Komunikasi Massa, Sambiosa Rekatama Media.
Hamidi, 2007, Metode Penelitian dan Teori Komunikasi, Malang: UMM Press.
Kriyantono, Rachmat, 2007, Teknik Praktis Riset Komunikasi, Jakarta, Kencana.
Littlejohn, W. Stephen dan Karen A Foss, 2009, Teori Komunikasi, Jakarta, Selemba Humanika.
Lexy J, Moleong, 2010, Metodologi Penelitian Kualitatif, Bandung, Remaja Rosdakarya.
Morissan, 2012, M.A, Metode Penelitian Survei, Jakarta: Prenada Media Group
McQuail, Denis, 2011, Teori Komunikasi Massa McQuail, Edisi 6, Jakarta, Salemba Humanika.
Nurudin, 2007, Pengantar Komunikasi Massa, Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
Purnama, Hadi, 2011, Media Sosial di Era Pemasaran 3.0. Corporate and Marketing Communication, Jakarta.
Rakhmat, Jalaluddin, 2007, Psikologi Komunikasi, Bandung, Remaja Rosdakarya.