

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Di era digital segala informasi dengan mudah didapatkan setiap orang, dari satu orang sangat mudah untuk menyebarkannya kepada orang lain. Semakin berkembangnya sebuah zaman semakin berkembang juga teknologi yang dipakai. Hal ini membuat informasi sangat mudah didapatkan. Dikutip dari laman resmi *We Are Social*, pengguna internet per Januari 2021 telah mencapai 202,6 juta jiwa.

Gambar 1. 1 Data pengguna internet di Indonesia per Januari 2021



Sumber: *We Are Social*

Masuknya internet ke dalam kehidupan membuat kita menemukan sebuah hal baru yang dinamakan dengan *New Media*, yang berarti media baru. Menurut salah satu ahli, Lev Manovich dalam bukunya *The New Media Reader* menjelaskan bahwa media baru adalah objek budaya dan paradigma baru dalam dunia media massa di tengah masyarakat. Munculnya media baru dalam kehidupan ini membuat banyak sekali perubahan yang terjadi.

Dahulu manusia melakukan komunikasi hanya lewat surat yang dibawa ke kantor pos terdekat lalu menunggu dengan lama agar surat tersebut dibalas, hal tersebut dilakukan karena belum ada teknologi. Masyarakat dahulu hanya bisa mendapat berita melalui koran dan radio, seiring berjalannya waktu akhirnya lahirlah televisi serta media sosial, hal ini membuat masyarakat dapat memberikan pesan singkat kepada kerabatnya hanya dalam hitungan menit, tidak hanya pesan singkat, namun berita-berita yang baru muncul pun dapat tersebar dalam sekejap saja.

Contoh selanjutnya ialah dahulu kita hanya bisa menonton tv lokal dan hanya beberapa program tv nasional, namun sekarang kita dapat menonton seluruh jenis program televisi dimanapun dan kapanpun kita berada karena ada *platform* Youtube dimana kita lebih cepat tahu informasi yang ada hanya dengan satu buah perangkat di tangan kita.

Beberapa ilmuwan merangkum beberapa karakteristik dari media baru, bersama-sama juga merumuskan bahwa media baru memiliki beberapa ciri khas, yaitu digital, interaktif, hypertextual, virtual, jaringan, dan simulasi. Dimana karakteristik ini menandakan bahwa media baru dapat membuat masyarakat berinteraksi dan berkomunikasi dua arah. Media baru juga sering disebut sebagai media daring.

Informasi menjadi salah satu kebutuhan masyarakat apalagi di era sekarang, era teknologi informasi. Manusia akan selalu haus akan informasi. Mereka bisa dapatkan hanya dari gawai yang digenggam. Hal ini mendorong media untuk membuat sebuah perubahan dari media konvensional perlahan-lahan berinovasi kepada media digital.

Media membawa peran penting dalam memberitakan sebuah informasi. Dalam artikel yang diterbitkan oleh Kompasiana, media memiliki peran untuk mempengaruhi masyarakat. Pengaruh yang diberikan oleh media juga akan membawa pengaruh yang baik dan buruk. Terkadang media membawa hal-hal yang baik bagi gaya hidup masyarakat. Dalam bukunya McQuail (2000:102) berkata, "*the mass media are largely responsible for what we call either mass*

culture or popular culture, and they have 'colonized' other cultural forms in the process".

Semakin majunya teknologi dan informasi, begitu pula dengan cara masyarakat mengkonsumsi sebuah berita mereka akan dengan mudah mengkonsumsi sebuah berita dengan menggunakan perangkat *mobile*. Hal ini sesuai dengan pendapat Tery Flew yang mengungkapkan bahwa new media adalah media yang tergabung dari konvergensi antara teknologi komunikasi digital yang terkomputerisasi, serta terhubung kedalam jaringan (Flew, 2008, p.11).

Begitu pesatnya perkembangan internet sekarang ini menyebabkan munculnya berbagai media yang hadir dengan segala bentuk konten yang kreatif dan beragam yaitu media online.

Dengan adanya perkembangan yang terjadi membuat media harus melakukan inovasi agar tidak tertinggal dengan teknologi yang ada. *Mobile Journalism* merupakan salah satu inovasi terbaru yang dilakukan oleh beberapa media di Indonesia. Jika kita melihat namanya ialah *mobile journalism*, artinya jurnalis perangkat seluler, jadi jurnalis hanya menggunakan perangkat selulernya sebagai alat untuk meliput dan memproduksi sebuah berita.

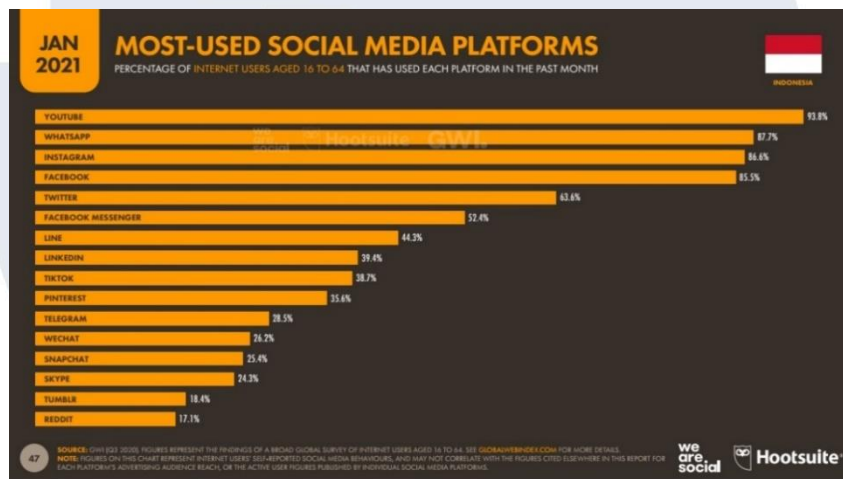
Mobile Journalism lahir pertama kali dari seorang jurnalis independen Amerika, Timothy Daniel Pool (Harian Kompas, 2015) Semua berawal saat Timothy Pool mengikuti sebuah ajang perlombaan Digital Journalism World 2015 di Singapura, ia melakukan peliputan secara langsung di lokasi hanya dengan menggunakan telepon seluler.

Hal ini selaras dengan pernyataan yang mengatakan bahwa perubahan yang terjadi pada era perkembangan *mobile journalism*, memerlukan pergerakan yang lebih cepat, hal ini mendorong lahirnya istilah *Digital First/Mobile first*. *Digital First* berguna untuk menerbitkan sebuah berita dari situs web dengan menggabungkan perangkat seluler dengan media sosial (Adornato, 2017, p. 68).

Selain mencari berita lewat internet, biasanya masyarakat juga mengakses berita dan mencari berita lewat media sosial. Saat masa pandemi berlangsung,

masyarakat lebih sering menggunakan media sosial dibandingkan media konvensional. hal ini disebabkan media sosial mampu menyuguhkan kebutuhan dari khalayak. Melalui laman resmi *WeAre Social*, Instagram menjadi media sosial yang menduduki peringkat ketiga, artinya masyarakat Indonesia seringkali mengakses Instagram.

Gambar 1. 2 Media Sosial yang Digunakan di Indonesia



Sumber: *We Are Social*

Media sosial Instagram berhasil membuat khalayak mengunduh aplikasi dan menggunakan aplikasi. Jika ditilik lebih dalam, media Instagram memiliki berbagai macam keunggulan antara lain dapat mengunggah foto dan video secara bersama baik untuk jangka waktu 24 jam (*instastory*) atau jangka waktu yang pengguna inginkan (*feeds Instagram*) hal ini membuat masyarakat menyukai Instagram. Selain itu, Instagram juga memiliki tempat untuk menuliskan kisah dari pengguna, serta antara pengguna satu dengan yang lain dapat berinteraksi menggunakan kolom komentar, memberikan simbol suka, ataupun dapat mengirim lewat *direct message*. Hal ini membuat Instagram terus melakukan inovasi dengan memberikan fitur baru seperti memasukkan lagu, teks dan juga animasi, sayangnya fitur tersebut dapat berguna jika pengguna sudah melakukan *update* aplikasi Instagram. Namun Instagram menjadi salah satu contoh media sosial yang telah menerapkan logika multimedia.

Indonesia dikenal sebagai negara berjuta budaya dan beribu pulau. Kementerian kelautan dan perikanan menyebutkan Indonesia memiliki 16.056 pulau. Banyaknya pulau dan budaya membuat Indonesia memiliki peluang pada sektor pariwisata yang cukup tinggi. Terbukti pada 2015, sektor pariwisata menyumbang devisa sebanyak Rp 169 triliun. Hal ini membuat sektor pariwisata berada pada peringkat keempat berkontribusi menyumbang devisa kepada negara. Selain berjuta budaya dan beribu pulau, hal ini lah yang membuat Indonesia memiliki banyak destinasi wisata mulai dari sabang dan merauke, tidak dapat dipungkiri bahwa banyak turis asing yang datang ke Indonesia.

Sayangnya, potensi pariwisata Indonesia harus terhambat akibat pandemi Covid-19. Padahal sektor pariwisata telah menyumbang devisa cukup signifikan kepada negara. Namun sekarang, sektor pariwisata sudah perlahan-lahan kembali dibuka.

Dilansir dari *website* Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, saat ini Pemerintah sedang mendorong pariwisata berkelanjutan di Indonesia. Selain itu dalam *website* juga disebutkan bahwa pariwisata berkelanjutan merupakan sebuah konsep wisata yang memberikan dampak terhadap lingkungan, sosial, budaya, ekonomi untuk masa kini dan masa depan, baik itu bagi masyarakat lokal maupun wisatawan. (Kemenparekraf, 2021, para. 5).

Yogyakarta menjadi salah satu destinasi yang sering dikunjungi oleh wisatawan lokal maupun wisatawan asing. Hal ini terlihat dari survei internal yang dilakukan oleh Traveloka, salah satu travel agency. Hasil survei menunjukkan sebanyak 35% responden tertarik berlibur di awal tahun 2021, selain itu beberapa destinasi yang ingin dikunjungi oleh masyarakat antara lain, Bali, Yogyakarta dan Jakarta. Dari hasil survei, dapat terlihat bahwa akhir tahun 2020 Daerah Istimewa Yogyakarta berada di peringkat ke-4 dengan rata-rata persentase pencarian 7%, tetapi di awal 2021 destinasi liburan paling dicari di Indonesia ini melesat menjadi peringkat ke-2 dengan rata-rata persentase pencarian mencapai 37% (Kumparan Travel, 2021, Vista, Gitario).

Selain itu Yogyakarta merupakan salah satu kota yang telah menerapkan pariwisata berkelanjutan di beberapa desa yang ada sudah mengantongi sertifikat.

Pada tahun 2021 sudah ada 32 desa wisata yang telah mendapatkan *Sustainable Tourism Certification* (STC) (Teguh, komunikasi pribadi, 06 April 2022). Beberapa desa wisata tersebut antara lain, desa wisata Pentingsari, desa wisata Nglanggeran dan desa wisata Jatimulyo. Dengan sertifikat yang didapatkan oleh beberapa desa wisata Yogyakarta dapat menjadi contoh bagi destinasi wisata yang lain untuk memulai menerapkan *sustainable tourism*.

Desa wisata berkelanjutan ini memiliki berbagai dampak positif ataupun negatif. Dampak positif yang diberikan antara lain mampu membuka lapangan kerja bagi pada penduduk lokal di bidang pariwisata, adanya fasilitas dan infrastruktur yang lebih baik dan mendapatkan devisa. Sedangkan dampak negatif yang diberikan antara lain, menjadi tergantung terhadap pariwisata, meningkatkan inflasi, dan peningkatan impor barang dari luar negeri. Namun selain dampak negatif dan positif yang diberikan, dengan adanya desa wisata berkelanjutan ini akan mempengaruhi beberapa sektor ekonomi, lingkungan dan sosial budaya (Setijawan Arief, 2021, p.10).

Penerapan wisata berkelanjutan di beberapa destinasi wisata, selaras dengan adanya point *Sustainable Development* (SDG) ke sebelas yaitu *sustainable cities and communities*. Hal ini membahas bagaimana suatu daerah atau tempat dapat bertahan dan mempertahankan hal-hal yang sudah ada. Tidak hanya mempertahankan kota dan daerahnya saja tetapi bagaimana komunitas yang ada di dalam daerah tersebut bisa bertahan.

Melalui pemaparan diatas penulis akan membuat sebuah karya *video journalism* dengan mengadopsi dan menerapkan *mobile-first mindset* yang kemudian hasil tersebut akan diunggah ke dalam media Instagram. Dengan pembahasan mengenai Desa Wisata berkelanjutan di Yogyakarta dan memfokuskan kepada sosial, kuliner dan budaya yang terjadi pada daerah tersebut.

Program ini hadir untuk menyajikan informasi, edukasi, dan hiburan kepada masyarakat untuk mengenal lebih dalam mengenai sebuah desa wisata berkelanjutan edisi Yogyakarta. Tidak hanya itu saja, presenter yang akan berada di dalam karya akan menerapkan budaya mencintai lingkungan dengan membawa tumbler serta barang lainnya sebagai contoh kepada penonton untuk mulai membawa barang-barang yang tidak hanya sekali digunakan saja, membantu perubahan dunia menjadi lebih baik. Karya yang memiliki durasi total 60 menit ini, diharapkan dapat memotivasi berbagai daerah yang sedang atau yang akan memulai menjadikan daerahnya sebagai daerah wisata berkelanjutan dan juga memotivasi masyarakat untuk mencintai lingkungan dan menjaga kelestarian lingkungan pariwisata Indonesia.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

1.2 Tujuan Karya

Dalam pembentukan karya *mobile journalism*, mengenai sosial budaya dalam pariwisata berkelanjutan, terdapat beberapa tujuan utama yang ingin dicapai melalui perilisian karya ini;

1. Membuat karya audio visual mengenai pariwisata berkelanjutan, khususnya desa wisata di Yogyakarta.
2. Memberi wadah pengetahuan mengenai permasalahan sosial dan budaya yang ada di desa wisata berkelanjutan
3. Dapat digunakan sebagai salah satu referensi dalam pembuatan karya selanjutnya
4. Menjadi sumber dan sarana kajian ilmu jurnalistik mengenai program *mobile journalism* pariwisata berkelanjutan.

1.3 Kegunaan Karya

Kegunaan yang ingin dicapai melalui karya ini antara lain,

1. Menjadi salah satu wadah informasi dan edukasi bagi masyarakat mengenai isu wisata berkelanjutan
2. Sebagai bentuk karya jurnalistik yang mengemas isu pariwisata dan mengenal lebih dalam tentang budaya yang ada, dengan teknik *mobile journalism*.
3. Menjadi penyalur cerita bagi pelaku usaha, pengelola tempat wisata yang sedang berupaya menerapkan konsep pariwisata berkelanjutan di Indonesia.
4. Mempromosikan wisata berkelanjutan di desa wisata yang ada di kawasan Yogyakarta.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A