

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu komoditas media online yang paling diminati adalah konten pariwisata. Secara umum, konten pariwisata terdiri dari berbagai fakta yang disampaikan kepada publik oleh berbagai pihak untuk mempromosikan pariwisata di suatu daerah. Tujuan konten wisata adalah untuk menggugah rasa ingin tahu masyarakat untuk berwisata ke daerah (Nurhayati, 2018). Istilah “pariwisata” didefinisikan dalam buku “Pengembangan Usaha Pariwisata dengan Media Sistem Informasi” sebagai ketiadaan sementara dari tempat tinggal seseorang untuk berpindah dari satu tempat ke tempat lain. Pariwisata secara rutin dilakukan bukan untuk mencari nafkah di lokasi yang dikunjungi, melainkan untuk ikut serta dalam kegiatan hiburan untuk memuaskan kepentingan berbagai kalangan (Tri, 2021).

Pariwisata merupakan industri yang terus berkembang yang memberikan kontribusi terhadap pendapatan negara, memenuhi kebutuhan masyarakat, dan berpotensi untuk diliput oleh media. Ketersediaan media online sangat memudahkan pemenuhan informasi pariwisata di era media digital. Untuk memenuhi kebutuhan informasi tersebut, industri pariwisata kini menggunakan media online, media sosial, dan blog untuk memberikan informasi tentang tujuan wisata, pilihan penginapan, dan transportasi. Klaim ini didukung oleh data dari Henky Prihatna, Industry Head Google Indonesia, yang menunjukkan bahwa 80% orang Indonesia melakukan riset online sebelum bepergian (Baiquni, 2016). Pencarian wisatawan di media sosial, media online, dan blogging semuanya termasuk dalam riset online.

Tuntutan media online untuk secara konsisten menampilkan destinasi wisata dalam berita yang dikemas secara khusus dengan model berita yang berbeda. Hal

ini menggambarkan dukungan media online berskala nasional terhadap pariwisata di Indonesia dengan hadirnya rubrik pariwisata di beberapa situs berita tingkat nasional (Astuti, 2022). Beberapa situs media online nasional yang memiliki rubrik khusus untuk pariwisata atau traveling.

Wabah Covid-19 melanda Indonesia dan seluruh dunia pada awal tahun 2020. Efek penyebaran wabah tersebut mengakibatkan terbatasnya aktivitas masyarakat atau keharusan seluruh aktivitas, baik pekerjaan, sekolah, dan komitmen lainnya dilakukan di rumah. Tentu saja, banyak industri menderita kerugian. Salah satu yang menderita akibat pandemi adalah industri pariwisata. Data Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa pada bulan April 2021, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia mengalami penurunan sebesar 19,33 persen dibandingkan dengan jumlah kunjungan pada bulan April 2020. Selain itu, jika dibandingkan dengan bulan sebelumnya, yaitu Maret 2021, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara pada bulan April 2021 juga mengalami penurunan sebesar 2,61 persen. Secara kumulatif untuk periode Januari hingga April 2021, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara mencapai 511,44 ribu kunjungan. Angka ini menunjukkan penurunan yang tajam sebesar 81,78 persen jika dibandingkan dengan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara pada periode yang sama tahun 2020, yang mencapai 2,81 juta kunjungan.

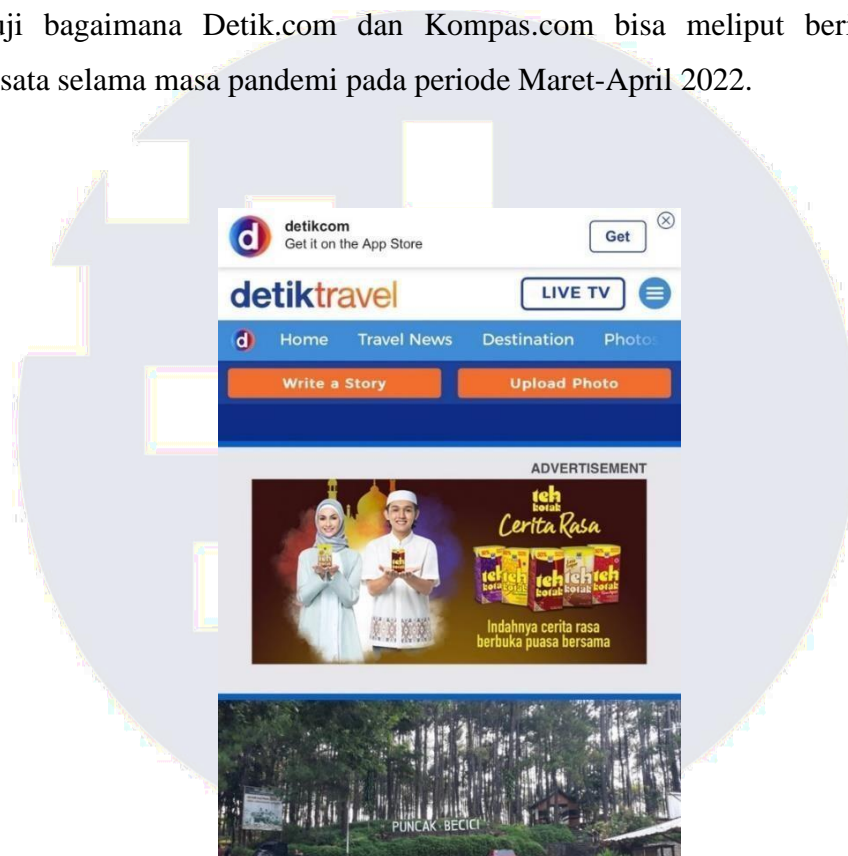
Kebijakan pemerintah mulai dari Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) hingga Pembatasan Pemberlakuan Kegiatan Masyarakat (PPKM) tentu berimbas pada penutupan tempat wisata dan penginapan. Hal ini berdampak signifikan terhadap penerimaan negara dalam industri pariwisata. Akibat PSBB dan akses yang sulit ke Indonesia, pendapatan pemerintah dari sektor pariwisata turun sebesar Rp 20,7 miliar (Baparekraf RI, 2020). Efek signifikan pandemi terhadap industri pariwisata tidak diragukan lagi adalah berita di media online.

Perekonomian negara-negara yang terkena dampak penurunan sektor pariwisata memaksa pemerintah mengambil tindakan dengan melonggarkan

aktivitas masyarakat untuk mendorong perekonomian. Dengan menerapkan aturan baru, protokol kesehatan, dan standar baru di sektor industri pariwisata, sejumlah tempat wisata dibuka kembali (Baparekraf RI, 2020). Fenomena yang terkait dengan pariwisata yang menyesuaikan dengan peraturan dan protokol baru pemerintah ini menjadi berita baru dan khas sebelum pandemi. Pemerintah Indonesia dan industri pariwisata mengambil langkah ini untuk membangkitkan kembali sektor yang terkena dampak negatif pandemi. Wajar jika wisatawan lebih berhati-hati saat melakukan aktivitas wisata tersebut karena khawatir tertular virus Covid-19. Saat kembali bepergian, wisatawan akan memperhatikan kebersihan dan keamanan dengan serius. Media online memainkan peran penting dalam menyebarkan informasi tentang industri pariwisata dan dapat menjangkau khalayak yang lebih luas.

Informasi tentang perjalanan di masa pandemi dapat ditemukan di media online. Di sisi lain, ketersediaan media sosial juga dapat dimanfaatkan oleh siapa saja, di mana saja, untuk menyebarluaskan berbagai informasi. Tapi perbedaan mendasar. Pada dasarnya, media sosial tidak memiliki legitimasi hukum yang mendalam dan kredibilitas media online, yang meningkatkan tingkat ketidakandalannya. Media sosial adalah sumber informasi yang sangat penting. Gatekeeper, juga dikenal sebagai orang yang memantau dan memilih aliran informasi di suatu media, dipekerjakan oleh situs berita nasional untuk memastikan bahwa berita tersebut memiliki tingkat kredibilitas yang tinggi saat disampaikan kepada pembaca. Dua (2) situs berita nasional yang dipilih untuk penelitian ini adalah Detik.com dan Kompas.com karena kedua media ini memiliki informasi pemberitaan pariwisata yang menarik untuk dianalisa terhadap periode Maret – April 2022. Periode Maret-April 2022 dalam konteks pariwisata menarik untuk dianalisis karena mencakup bulan-bulan yang umumnya menjadi musim liburan di beberapa negara, termasuk Indonesia. Selama periode tersebut, sering terjadi peningkatan kunjungan wisatawan, dan media berita nasional seperti Detik.com dan Kompas.com biasanya memberikan liputan tentang tren pariwisata, destinasi populer, atau kegiatan terkait wisata selama musim ini. Namun, pada bulan Maret

– April 2022 merupakan masa Covid-19 pariwisata di Indonesia. Tujuannya untuk menguji bagaimana Detik.com dan Kompas.com bisa meliput berita terkait pariwisata selama masa pandemi pada periode Maret-April 2022.



Gambar 1. 1 Tampilan Situs Detik Travel

(Sumber: Travel.Detikcom)

Detik.com memiliki bagian khusus pariwisata bernama Detik Travel, yang menampilkan konten yang disesuaikan dengan industri dan disajikan dalam bahasa Indonesia. Dengan menawarkan informasi yang dikemas sebagai review tempat wisata, narasi, dan pilihan penginapan. Alhasil, Detik Travel memiliki sejumlah rubrik, antara lain Itinerary, Travel News, Destinations, Photo, D'Traveler, Muslim Traveler, Most Popular, Video, dan Travel Ideas. Berita-berita terbaru seputar pariwisata di Indonesia dan dunia disajikan di bagian Travel News.

Bagian destinasi Detik.com menawarkan berbagai destinasi wisata yang menarik. Rubrik foto adalah slide foto yang dilengkapi keterangan informasi untuk setiap gambar, menciptakan cerita yang menarik untuk setiap gambar yang terkait dengan pariwisata. D'Travelers adalah prompt tulisan yang bermanfaat bagi

pembaca untuk digunakan saat mereka membagikan kesan mereka tentang tempat-tempat wisata yang telah mereka kunjungi. Istilah „Wisatawan Muslim“ mengacu pada sumber daya yang memberikan informasi kepada para pelancong tentang agama Muslim dan negara lain yang menawarkan makanan Halal, ruang salat, dan layanan Ramadhan.

Rubrik video menyajikan kajian pariwisata Indonesia dalam bentuk video berdurasi 10–14 menit, mulai dari wisata alam, penginapan, hingga wisata kuliner. Tujuan dari rubrik itinerary adalah untuk memberikan ide kepada pembaca agar mereka dapat membuat rencana perjalanan mereka sendiri. Pada penelitian ini hanya rubrik travel news dan destination untuk konten pariwisata periode Maret – April 2022.

Rubrik video menyajikan kajian pariwisata Indonesia dalam bentuk video berdurasi 10–14 menit, mulai dari wisata alam, penginapan, hingga wisata kuliner. Tujuan dari rubrik itinerary adalah untuk memberikan ide kepada pembaca agar mereka dapat membuat rencana perjalanan mereka sendiri. Pada penelitian ini hanya rubrik travel news dan destination untuk konten pariwisata periode Maret – April 2022.



Gambar 1. 2 Tampilan Situs Kompas Travel

(Sumber: travel.kompas.com)

Website pertama yang menawarkan konten online di Indonesia adalah Kompas.com, yang memulai debutnya dengan nama Kompas Online pada 14 September 1995. Hingga 29 Mei 2008, Kompas Online berubah menjadi Kompas.com, yang dikenal konsisten menyajikan jurnalisme berkualitas. Untuk meningkatkan penyajian informasi terkini dan akurat bagi pembaca, telah ditambahkan lebih banyak saluran berita (Kompas.com). Sebuah website di bawah portal Kompas.com bernama Compass Travel. Sebelas (11) kategori membentuk Travel Compass, antara lain Travel Update, Sightseeing, Superapp, Nawa Cahaya, Index, Itinerary, Travel Promo, Gallery, Parekraf, dan Ohayo Japan. Hanya rubrik travel update pada konten pariwisata periode pandemi Maret – April 2022 yang diteliti dalam penelitian ini.

Sumber berita dan hiburan online melayani pembaca Indonesia baik di dalam maupun luar negeri. Rubrik ini dirancang untuk pembaca yang tertarik dengan informasi terkait wisata tentang Indonesia dan negara lain. Peneliti hanya melihat informasi dan destinasi wisata dalam konten wisata pada masa pandemi Maret 2020 hingga Desember 2021 dalam penelitian ini.

Pembedaan kedua media online tersebut dalam hal rubrikasi konten pariwisata merupakan perbedaan yang mendasar. Antara Detik Travel dan Kompas Travel, memiliki rubrik terbanyak. Sementara Detik Travel dan Kompas Travel memiliki kriteria yang berbeda dan memungkinkan pembaca untuk menulis bersama, pembaca juga dapat merekomendasikan tujuan perjalanan di luar Indonesia.

Dua situs berita nasional akan menerbitkan berita terkait pariwisata untuk semua rubrik perjalanan Kompas.com mulai Maret 2020 hingga Desember 2021 selama pandemi 632 berita. Rubrik perjalanan Detik.com akan memiliki 557 berita hingga Maret 2020. Rubrik Travel Update dari Kompas.com, dan Travel News and Destinations dari Detik.com saja menyisakan beberapa research gap. Kendaladalam memilih rubrik adalah isi artikel berita dari rubrik yang dipilih hanya meliputberita pariwisata di masa pandemi.

Melalui analisis konten kualitatif menggunakan konsep gaya berita, jenis berita, nilai berita, sumber berita, dan nada berita, tren konten pariwisata dapat dianalisis. Perbandingan antara berbagai komunikator dari waktu ke waktu sering dilakukan dengan menggunakan analisis isi. Selain itu, analisis konten menawarkan penjelasan menyeluruh tentang pesan atau teks. Tujuan dari analisis isi adalah untuk memeriksa struktur isi komunikasi. Tujuan dari analisis isi adalah untuk mengidentifikasi secara sistematis isi komunikasi yang tampak lugas dan mengubahnya menjadi sesuatu yang dapat diverifikasi secara faktual, digunakan secara efektif, dan direproduksi secara andal (Salman, 2022).

Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mempelajari bagaimana metode analisis konten kualitatif digunakan untuk mengkaji berita pariwisata pada masa pandemi di website berita nasional. Oleh karena itu, judul penelitian yang diajukan adalah „Pemberitaan Media Online Mengenai Industri Pariwisata Di Masa Pandemi Covid-19“

1.2 Rumusan Masalah

Peneliti ingin mengetahui apakah pemberitaan media online mengenai industri pariwisata di masa pandemi covid-19 terkait Detik.com dan Kompas.com berdasarkan konteks masalah yang telah dijelaskan. Para peneliti tertarik pada bagaimana berita terkait pariwisata apa saja yang tersedia selama pandemi di Detik.com dan Kompas.com.

1.3 Pertanyaan Penelitian

“Bagaimana Pemberitaan Media Online Mengenai Industri Pariwisata Di Masa Pandemi Covid-19 di Media Detik Travel dan Kompas Travel Pada Periode Maret – April 2022?”

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan dan pertanyaan penelitian tersebut di atas, dapat dikatakan bahwa tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami secara detail bagaimana pemberitaan media online mengenai industri pariwisata di masa pandemi covid-19.

1.4.1 Kegunaan Penelitian

Beberapa kegunaan penelitian ini dapat dirumuskan berdasarkan rumusan masalah, pertanyaan penelitian, dan tujuan penelitian pada paragraf di atas.

1.4.2 Kegunaan Akademik

Secara akademis, temuan penelitian ini diharapkan dapat memperkaya bidang studi komunikasi, khususnya dalam informasi dan industri pariwisata dalam Internet pada studi di bidang yang sama.

1.4.3 Kegunaan Praktis

Studi ini diantisipasi untuk membawa inovasi baru bagi perusahaan, khususnya online yang menggunakan Internet, terutama mengingat pandemi baru- baru ini. Studi ini juga diantisipasi untuk memberi berita media online untuk bidang industri pariwisata.

1.4.4 Kegunaan Sosial

Studi ini diantisipasi untuk menawarkan solusi untuk berita offline agar pindah ke berita online karena berita offline sudah jarang dimintai orang, khususnya yang dilakukan melalui media selama pandemi COVID-19 oleh industri pariwisata.

1.5 Keterbatasan Penelitian

Beberapa penelitian telah meneliti berita Internet online, khususnya di industri pariwisata selama pandemi COVID-19. Akibatnya, peneliti harus melihat sumber-sumber yang ada, mengembangkannya, dan menjalin hubungan sebanyak mungkin dengan penelitian yang telah mereka lakukan.

