

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan salah satu negara dengan destinasi tempat wisata yang sangat beragam dan menarik untuk dikunjungi. Indonesia yang diapit oleh empat samudera dan dua benua menjadikan Indonesia memiliki tempat-tempat wisata yang eksotis. Beribu pulau, ratusan suku budaya juga dengan ratusan bahasa menjadi suatu kekayaan yang membanggakan negeri. Selain keindahan alami yang dimiliki alam Indonesia, keindahan lainnya dapat ditemukan dari hasil karya manusia. Bangunan-bangunan kuno hasil peninggalan sejarah maupun bangunan yang sedang dalam proses pada saat ini pun adalah suatu keindahan dan keeksotisan yang dibangun atas kemampuan bangsa sendiri. Data telah membuktikan bahwa Indonesia menjadi salah satu nominasi Warisan Dunia oleh UNESCO pada tahun 2019. Portal berita Liputan6.com menyatakan Indonesia berhasil menempati salah satu kategori situs budaya dari 36 nominasi dengan Tambang Batubara Ombilin di Sawahlunto, Sumatera barat yang resmi ditutup pada tahun 2000 silam. Dinilai keistimewaan yang ada adalah karena mempresentasikan budaya Timur dan Barat dalam satu wilayah dan mengubah wajah daerah pedesaan menjadi kota industry (Mutiah,2019: Liputan6.com). Ini artinya bahwa dunia telah mengakui salah satu sisi eksotisme Indoensia tidak hanya dari keindahan alam yang dipunya melainkan dari sudut pandang suku dan budaya yang ada di Indonesia.

Indonesia telah diakui keanekaragamannya oleh dunia ketika Indonesia terpilih menjadi tuan rumah The Sixth Global Forum of the United Nations Alliance of Civilizations (UNAOC) yang telah diselenggarakan di Bali 2014 silam. Bersumber dari portal berita online CNN Indonesia, menuliskan bahwa pemerintah Indonesia menganggap hal ini merupakan apresiasi masyarakat internasional terhadap keberhasilan Indonesia menjadi model terdapatnya hubungan yang harmonis antara beragam etnis, ras, dan budaya (2014: cnnindonesia.com). Keberagaman ini menjadikan Indonesia yang eksotis dimata dunia. Keeksotisan dalam hal ini sendiri dimaknai dengan keindahan alam dan budaya yang dimiliki oleh negara Indonesia.

Pengertian eksotis sendiri menurut KBBI (kbbi.web.id) yaitu memiliki daya tarik khas karena belum banyak dikenal umum, sesuatu yang aneh, luar biasa serta istimewa. Maka dapat disimpulkan Eksotis adalah kata yang menggambarkan sesuatu yang unik, tidak biasa dan istimewa. Dapat diambil contoh seperti Eksotisme Taman Nasional Laut Bunaken Indonesia yang digambarkan dengan keindahan laut yang sangat jernih sehingga memperlihatkan terumbu karang yang hidup berdesakan diatas kontur dasar laut dengan kedalaman yang beragam. Dilengkapi juga dengan kurang lebih 2.000 jenis ikan karang yang beraneka warna meliuk-liuk dan menyembul diantara karang (2018: menlhk.go.id).

Istilah eksotis pertama kali digunakan pada abad ke 16 untuk menjelaskan sesuatu yang alien (asing), berasal dari luar negeri dan pribumi. Pada tahun 1651, pengertian tersebut termasuk sebuah wilayah yang eksotis dan asing serta sebuah

kebiasaan dan sikap yang eksotis (Ashcroft, et al., 1998: 94). Seiring berjalannya waktu kata eksotis atau paham eksotisme dikenal luas dan digunakan untuk berbagai hal. Tidak hanya keindahan alam gagasan eksotis tetap hadir dalam imajinasi digital Barat ketika memandang wanita Asia sebagai representasi wanita timur. Kemudian eksotisme juga ternyata sudah dipakai pada jaman post-kolonial dalam lingkup ekonomi. Kata eksotis digunakan untuk menggambarkan bahan tambang, artefak serta hewan yang tidak biasa yang dibawa oleh pelayaran bangsa Eropa yang kemudian diperlihatkan di museum taman botani pada saat itu.

Dunia pariwisata di Indonesia telah berkembang dengan sangat pesat. Dengan bantuan media massa Kementerian Pariwisata Indonesia melakukan usaha yang keras untuk mengangkat pariwisata Indonesia lebih dikenal lagi tidak hanya di nusantara melainkan di Internasional. Salah satu contohnya yaitu Kementerian Pariwisata bekerja sama dengan Konsulat Jenderal RI (KJRI) Jeddah dengan menggelar Media Gathering dalam bentuk dinner bersama dengan kalangan media massa dan pegiat media sosial di Jeddah pada tanggal 14-19 November 2019. Dalam media gathering tersebut Kemenpar menyatakan telah mempersiapkan strategi atau program promosi internasional yang mengkombinasikan publikasi media, pameran, festival kesenian dan kuliner, sales mission, famtrip dan joint promotion guna meningkatkan target kunjungan wisata mancanegara sebanyak 20 juta (2019:kemlu.go.id).

Berbagai macam tempat wisata yang masih murni dan jernih belakangan ini telah bermunculan keberadaannya di berbagai media penyebar informasi. Banyak

sekali traveller yang melakukan perjalanan ke pelosok-pelosok Indonesia untuk mengukir keeksotisan Indonesia. Perjalanan yang dilakukan tidak semata-mata hanya sebagai hobi untuk menambah pengetahuan dan pengalaman akan tetapi memiliki tujuan tersendiri yaitu untuk mengenalkan Indonesia lebih lagi kepada seluruh dunia terlebih kepada masyarakat Indonesia itu sendiri. Banyak warga negara asing maupun pribumi yang tidak mengetahui keeksotisan Indonesia. Terbukti dengan meningkatnya minat berwisata ke luar negeri dibandingkan dengan di berbagai pulau di Indonesia sendiri. Kompas.com menuliskan selama tahun 2016, jumlah warga negara Indonesia yang keluar negeri mencapai 8,4 juta orang dan melonjak pada tahun 2017 hingga 9,1 juta orang (Adiakurniawan,2018: kompas.com). Salah satu faktor yang menjadi penyebab hal ini terjadi adalah karena minimnya informasi tentang Indonesia sendiri. Akan tetapi saat ini hal tersebut sudah sangat berbeda. Tidak hanya pada media massa berbagai informasi tentang Indonesia sudah dapat dengan mudah diakses melalui internet.

Masyarakat pada saat ini tentu sudah sangat kritis dengan sebuah informasi, maka memerlukan banyak sumber informasi untuk meyakinkan seseorang dalam mengakses sebuah informasi yang benar dan akurat. Dengan tujuan melakukan suatu perjalanan tentu harus melakukan riset yang banyak sebagai referensi terkait tempat yang akan dikunjungi. Berbagai sudut pandang mengenai eksotisme Indonesia dipercaya menambah pengetahuan yang dibutuhkan. Dengan pesatnya perkembangan dunia teknologi informasi dan komunikasi dapat membuat setiap manusia

mengkonstruksikan dunia menurut pandangannya masing-masing. Informasi tentang Indonesia yang eksotik ini sudah sangat banyak di bahas di internet dengan aspek dan sudut pandang yang berbeda-beda. Informasi tersebut sangat dibutuhkan para wisatawan untuk belajar dan yang ingin mengetahui lebih banyak hal tentang Indonesia.

Begitu besarnya pengguna internet saat ini yang difasilitasi Smartphone melahirkan kegemaran terbaru dari masyarakat terutama Indonesia yaitu penggunaan media social. *“Today, individuals on social media can communicate freely and immediately without boundaries as well as they can create relationships”* (Berthon et al., 2012:7). Hal ini karena media social merupakan wadah bagi masyarakat untuk berkomunikasi satu sama lainnya, mengekspresikan dan bertukar pendapat serta mengembangkan wawasan. Melalui media social orang bisa membuat, menyunting, sekaligus mempublikasikan sendiri konten berita, promosi, artikel, foto dan video (Nurudin, 2012:53). Salah satu media social yang sangat populer saat ini adalah Instagram. Instagram dengan bantuan internet telah mampu mengubah karakter social dan sudut pandang seseorang. Maka dapat dikatakan bahwa internet sudah menjadi suatu kebutuhan dan gaya hidup pada masyarakat modern saat ini. Internet menjadi sangat menarik bagi setiap orang karena adanya peningkatan yang cukup signifikan pada arus informasi yang dapat dikomunikasikan kepada seluruh manusia di seluruh dunia tanpa jarak dan lain sebagainya.

Trend traveling sudah tidak di ragukan lagi keberadaannya. Liburan ke berbagai tempat yang indah menjadi impian banyak orang. Hal ini terbukti dengan riset Google Indonesia yang mengungkap tren pencarian terkait travelling meningkat hingga 30% sejak 2017 lalu (Ysl,2018:liputan6.com). Penelusuran pada pencarian pada web yang dilakukan tidak hanya pada destinasi wisata kota-kota di Indonesia saja melainkan antar pulau hingga ke mancanegara. Tidak dapat dipungkiri peran serta travel blogger pada media social dalam memajukan dunia pariwisata di Indonesia yang telah sangat membantu dan sangat penting. Keberadaan beberapa *travel blogger* tersebut dapat diidentifikasi dari symbol dan tanda yang ditonjolkan dari branding yang dilakukannya. Travel blogger adalah seseorang yang disebut traveller atau yang suka melakukan perjalanan ke berbagai tempat serta menceritakan pengalamannya tersebut di dalam blog pribadinya. Dengan kemampuannya menginspirasi dan mempengaruhi orang-orang untuk melakukan travelling lewat tulisan dan foto, para travel blogger mengungkapkan keeksotisan Indonesia pada akun media social Instagramnya.

Terdapat tiga travel blogger yang menarik untuk diteliti terkait penggunaan media social Instagramnya yang berpengaruh dalam meningkatkan perkembangan pariwisata Indonesia. Travel blogger ini sering menunjukkan eksotisme Indonesia dari sudut pandangnya sendiri. Ketiga travel blogger tersebut adalah Kadek Arini atau @kadekarini, Febrian atau @_febrian dan Marischka Prudence atau @marischkaprue. Peneliti memilih ketiga akun tersebut sebagai objek penelitian

karena peneliti melihat bahwa mereka adalah travel influnecer Indonesia yang kerap memposting dan memberi tanggapan terhadap perjalanannya ke berbagai penjuru Indonesia. Ketiga akun ini juga adalah traveller yang sangat berpengaruh di media social khususnya bagi kaum milenial .

Ketiga travel blogger ini memiliki jumlah followers aktif yang banyak tercatat pertanggal 4 May 2020, Kadekarini dengan 141.000 followers, Febrian dengan 133.000 followers, dan Marischkaprue dengan 113.000 followers sehingga dapat dikatakan sudah dikenal dan memiliki kemampuan dalam menginspirasi dan mempengaruhi public dengan postingannya. Sebagai traveller, ketiganya telah berkolaborasi pada beberapa biro perjalanan ternama seperti Traveloka, Tiket.com, Pegi-Pegi dan lain-lain serta sering diundang menjadi pembicara di berbagai seminar dan diundang dalam event-event yang bertemakan travelling. Kadek Arini, Febrian dan Marischka sangat aktif dalam menggunakan media social Instagram. Terbukti dengan updatetannya setiap harinya pada *Instagram Stories* dan setiap minggunya mengunggah foto tiga atau empat kali bahkan lebih dan interaksi yang dilakukan pada kolom komentar.

Melalui foto-foto dan video yang diunggah pada Instagram serta *Instagram stories* yang berisikan berbagai aktifitas pada perjalanan mereka saat travelling, ketiga akun ini menunjukkan kepada khalayak bahwa mereka sangat membanggakan Indonesia. Mereka kerap kali memberikan informasi, inspirasi dan motivasi serta berbagai kebutuhan yang diperlukan saat travelling. Contohnya tips dan trik saat

travelling, informasi seputar akomodasi dan informasi mengenai tempat wisata yang dikunjungi. Hal ini menarik dan menjadi tantangan bagi peneliti untuk menganalisis dan mengetahui penggambaran eksotisme Indonesia yang telah tergambar di akun media social Instagram milik pribadinya.

Kadek Arini yang dikenal sebagai *travel influencer* ini berpendapat bahwa Indonesia sangat bagus, memiliki adat istiadat yang bagus, underwater yang luar biasa sehingga keindahan tersebut jangan sampai orang luar yang merasakan duluan. Kadek juga mengatakan bahwa sudah menjadi keharusan bagi orang muda Indonesia untuk memposting tentang kekayaan Indonesia dan dari kitalah seharusnya orang luar atau turis mengetahui tempat tersebut (Fikri,2020: lifestyle.okecone.com). Wanita yang berasal dari Bali ini pernah masuk nominasi sebagai *Top 5 Female Travel Influencers*. Febrian menempuh pendidikan terakhir di *LSPR (London School Of Public Relation)* di Jakarta. Febrian sangat menyukai budaya-budaya baru di tempat yang ia kunjungi. Tidak jarang postingan pada Instagram nya memperlihatkan interaksi yang dilakukan terhadap kebudayaan tempat yang telah dikunjunginya. Febrian juga kerap beberapa kali mengangkat dan menanggapi isu-isu menarik tentang wisata Indonesia di Instagram miliknya. Berbeda dengan Marischka Prudence, ia memiliki keunikan sendiri dari kedua traveller diatas. Marischka sangat menyukai scuba diving, dan free diving ia juga pemegang lisensi diving professional. Wanita yang kerap di panggil Prue ini juga pernah melakukan Night Diving pada malam hari di Pulau Nias dan menemukan kapal ferry yang tenggelam di perairan Nias tetapi memiliki view yang

sangat bagus. Menurutnya sensasi Nigth Diving berbeda yang ia dapat dibandingkan menyelam pada siang atau sore hari (2019: idntimes.com). Unik untuk diteliti berkenaan dengan representasi eksotisme Indonesia pada ketiga akun media social Instagram ini terutama karena mereka adalah travel influencer yang sudah memiliki nama dan berpassion pada pariwisata. Dengan berbagai alasan tersebut peneliti merasa tertarik untuk meneliti akun media social Instagram travel blogger tersebut.

Keindahan alam dan budaya Indonesia yang sangat bagus sudah banyak diperbincangkan akan tetapi ketiga travel blogger atau travel influencer ini memiliki sudut pandang sendiri mengenai Eksotisme Indonesia. Mereka juga membangun citra Indonesia yang baik dalam mempromosikan Pariwisata Indonesia pada akun media social Instagram milki pribadinya. Oleh karena itu peneliti ingin melakukan studi analisis representasi pada ketiga akun Instagram tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis uraikan, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah: “Bagaimana Representasi Eksotisme Indonesia Oleh Travel Blogger (Kadek Arini, Febrian dan Marisckha Prudence) pada akun media social Instagramnya ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas penelitian ini ditujukan untuk mengetahui, mengidentifikasi dan menganalisis bagaimana penggambaran

Eksotisme Indonesia dalam konten akun *Instagram* @kadekarini, @_febrian, @mariskhaprue.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat akademis: memberikan kontribusi di bidang Ilmu Komunikasi khususnya dalam bidang media studies.

Manfaat teori: Menjadi rujukan bagi peneliti bidang Ilmu Komunikasi dengan metode semiotik terhadap konten dalam media sosial.

Manfaat praktis: Menjadi saran dan masukan pembaca untuk memperkaya tema mengenai Eksotisme Indonesia yang direpresentasikan melalui foto dan caption dalam akun Instagram @kadekarini, @_febrian, @mariskhaprue.