

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Konten pariwisata ialah salah satu komoditas unggulan dalam media *online*. Pada umumnya konten pariwisata berisi serangkaian informasi yang dilakukan berbagai pihak untuk mengkomunikasikan pariwisata di suatu daerah tertentu kepada masyarakat luas. Tujuan konten pariwisata ialah mempersuasi kepada masyarakat agar tertarik untuk berkunjung ke daerah tersebut (Wardaningsih, 2020). Pengertian pariwisata di dalam buku yang berjudul “Pengembangan Bisnis Pariwisata Dengan Media Sistem Informasi” ialah perjalanan untuk sementara waktu, berpindah dari satu tempat ke tempat lain, menjauh dari tempat asalnya. Pariwisata dilakukan secara sistematis bukan untuk tujuan mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi untuk menikmati kegiatan hiburan untuk memenuhi keinginan orang yang bermacam-macam (Hanief & Permana, 2018). Berdasarkan pengertian pariwisata diatas, didefinisikan bahwa pariwisata dilakukan dengan suatu perencanaan. Dalam melakukan perencanaan perjalanan, wisatawan memerlukan informasi terkait tempat tujuan wisata yang ingin dikunjungi.

Pariwisata sebagai sektor yang senantiasa berkembang, sumber pendapatan negara serta menjadi bagian dari kebutuhan masyarakat saat ini merupakan realitas yang potensial menjadi konten berita. Pemenuhan informasi mengenai pariwisata di era media digital sangat dimudahkan oleh kehadiran media *online*. Untuk memenuhi kebutuhan informasi tersebut, di era digital sekarang berbagai kebutuhan informasi yang diperlukan tentang destinasi wisata, akomodasi dan transportasi dapat terpenuhi dengan adanya media *online*, media sosial dan *blogging* di sektor pariwisata. Pernyataan tersebut diperkuat dengan data yang dikemukakan Henky Prihatna sebagai *Industry Head* di Google Indonesia (Hidayat, 2014), Bahwa sekitar 80% orang indonesia melakukan riset

online sebelum berpergian wisata. Riset *online* mencakup pencarian wisatawan di media sosial, media *online* dan *blogging*.

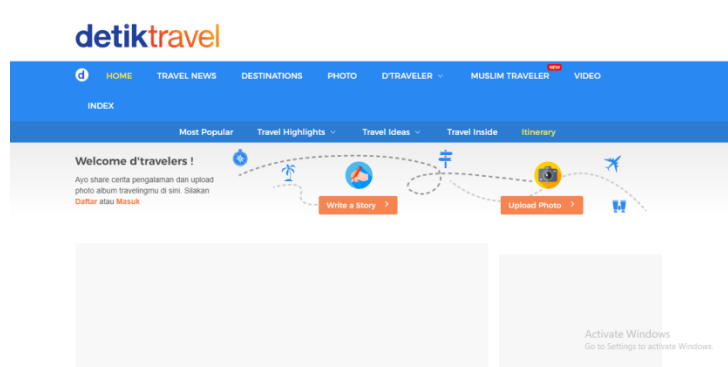
Kebutuhan media *online* untuk mengisi keragaman berita dengan secara konsisten, menampilkan destinasi wisata di dalam pemberitaan khusus yang dikemas dengan berbagai model berita. Beberapa situs media *online* nasional yang memiliki rubrik khusus pariwisata atau *travelling*, Hal ini menunjukkan dukungan media *online* berskala nasional untuk pariwisata Indonesia dengan hadirnya rubrik pariwisata di beberapa situs berita nasional (Haroni, 2018).

Di awal tahun 2020, Indonesia hingga seluruh dunia dihadapkan dengan musibah wabah Covid-19. Dampak dari penyebaran wabah tersebut berakibat pembatasan aktivitas masyarakat atau segala aktivitas mulai dari bekerja, sekolah dll menjadi di rumah. Tentu banyak sektor yang dirugikan akibat pandemi salah satunya ialah sektor pariwisata. Berdasarkan data dari (Badan Pusat Statistik, 2021) jumlah wisatawan domestik dan mancanegara mengalami penurunan yang cukup signifikan. Total kunjungan wisman ke Indonesia dalam tahun 2020 sebanyak 4,02 juta kunjungan. Pada tahun 2019, jumlah wisman turun sebesar 75,03%. Terdapat 5 negara yang paling banyak berkunjung ke Indonesia pada tahun 2020 yaitu Timor Leste, Singapura, Malaysia, China, dan Australia. Sebagian besar negara-negara ini adalah negara tetangga, kecuali China.

Kebijakan-kebijakan yang dibuat pemerintah di mulai dari Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) hingga Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) tentu berdampak pada penutupan destinasi wisata dan akomodasi wisata. Hal ini sangat mempengaruhi pendapatan negara di sektor pariwisata. Pendapatan pemerintah di sektor pariwisata turun Rp. 20,7 miliar akibat PSBB dan akses masuk yang terhambat ke Indonesia (Baparekraf RI, 2021). Dampak yang begitu besar terhadap sektor pariwisata selama pandemi tentu menjadi pemberitaan di media *online*.

Keterpurukan industri wisata juga berdampak dengan perekonomian negara yang membuat pemerintah mengambil langkah dengan munculnya pelanggaran aktivitas masyarakat untuk membangkitkan ekonomi negara. Beberapa tempat wisata kembali dibuka dengan mengadaptasi peraturan baru, protokol kesehatan dan *new normal* di sektor industri pariwisata (Baparekraf RI, 2021). Fenomena ini menjadi pemberitaan baru dan berbeda sebelum adanya pandemi, terkait pariwisata yang menyesuaikan dengan peraturan dan protokol baru dari pemerintah. Hal ini sebagai langkah dari pemerintah Indonesia dan para pelaku wisata untuk membangkitkan kembali industri pariwisata yang terdampak akibat pandemi. Tentunya para wisatawan menjadi lebih hati-hati untuk melakukan kegiatan wisata karena kekhawatiran tertular virus covid-19. Wisatawan akan memperhatikan kebersihan dan protokol kesehatan saat akan kembali berwisata. Peran media online memiliki peran penting dalam menyebarkan informasi seputar dunia pariwisata dan dapat menjangkau masyarakat luas.

Media *online* merupakan sumber informasi wisata di masa pandemi. Di lain sisi, hadirnya media sosial juga dapat menyebarkan berbagai informasi dan dapat digunakan oleh siapa saja dan dimana saja. Namun, perbedaan yang sangat mendasar ialah media sosial tidak memiliki legalitas dan kredibilitass dalam penyebaran informasi seperti media online, sehingga tingkat ketidak beneran informasi tersebut sangat tinggi ditemukan di media sosial. Situs berita nasional online memiliki *gatekeeper* atau orang yang memantau dan memilih arus informasi dalam sebuah media agar berita yang sampai kepada pembaca memiliki nilai kredibilitas yang tinggi. Penelitian ini memilih tiga (3) situs berita nasional yaitu Detik.com, Kompas.com dan Okezone.com. Pemilihan ketiga situs berita tersebut berdasarkan dari urutan 10 besar *website* yang paling banyak dikunjungi dari data alexa *rank* (alexa.com, 2021), yang merupakan sebuah situs untuk menentukan data perkiraan jumlah pengunjung *website* dan jumlah halaman yang dikunjungi pengunjung *website*. Selain berada di 10 besar *website* yang paling banyak dikunjungi, ketiga situs berita nasional tersebut juga mempunyai rubrik khusus pariwisata di kanal halaman depan situs tersebut.



Gambar 1. 1 Tampilan Situs Detik Travel

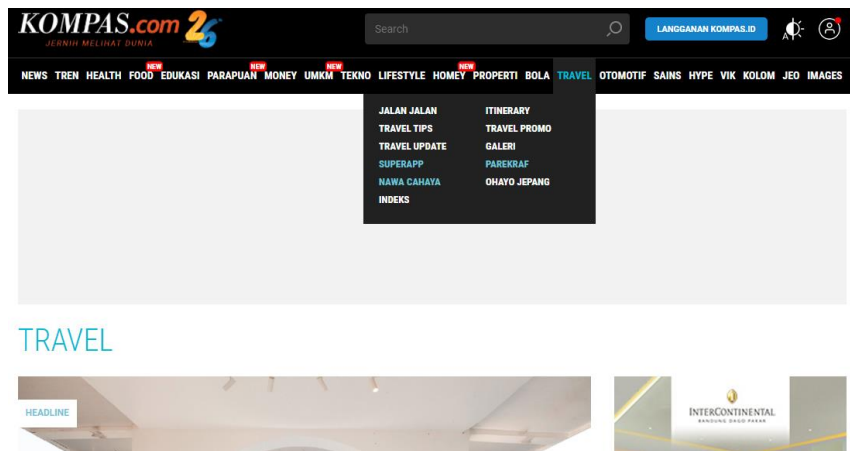
(Sumber: Travel.Detik.com)

Detik.com mempunyai rubrik khusus pariwisata yang bernama Detik Travel, Detik Travel menampilkan konten khusus pariwisata yang disajikan dalam bahasa Indonesia. Dengan penyajian konten yang dikemas dalam bentuk *review* tempat wisata, *storytelling* dan akomodasi penginapan. Selain itu, Detik Travel memiliki beberapa rubrik yaitu, *Travel News*, *Destinations*, *Photo*, *D'Traveler*, *Muslim Traveler*, *Most Popular*, *Video*, *Travel Ideas*, *Travel Highlights*, *Travel Inside* dan *Itinerary*. Pada rubrik *Travel News* menyajikan informasi terkini seputar pariwisata di Indonesia dan dunia.

Pada rubrik *destinations* di Detik.com menyajikan berbagai tempat wisata menarik. Pada rubrik *photo* merupakan *slide* foto yang memberikan *caption* yang informatif di setiap foto, sehingga menjadi narasi yang menarik di setiap foto yang berkaitan dengan pariwisata. Sementara itu, *D'Travelers* adalah rubrik yang berguna bagi para pembaca untuk menulis pengalaman mereka tentang tempat wisata yang pernah dikunjungi. *Muslim Traveler* merupakan rubrik yang menginformasikan untuk turis yang beragama islam, berupa informasi wisata di negara lain yang menyediakan makanan halal, tempat shalat dan pelayanan bulan ramadhan.

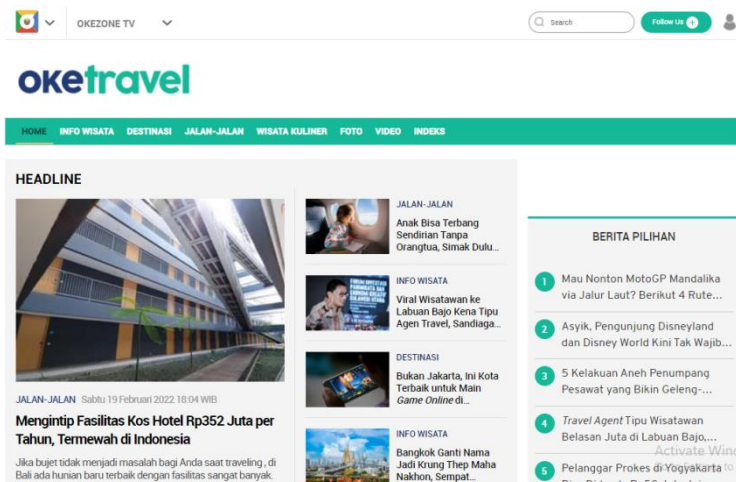
Rubrik video menyajikan eksplorasi wisata Indonesia dalam bentuk video yang berdurasi 10-14 menit, mulai dari wisata alam, penginapan dan wisata kuliner tersedia di rubrik video. Untuk rubrik *itinerary* bertujuan untuk para pembaca agar mendapatkan ide sebagai panduan perjalanan yang bisa menjadikan rencana perjalanan wisata bagi para pembaca. Dalam penelitian ini, peneliti hanya meneliti rubrik *travel news* dan *destinations*

pada konten pariwisata selama masa pandemi periode Maret 2020 – Desember 2021.



Gambar 1. 2 Tampilan Situs Kompas Travel
(Sumber: travel.kompas.com)

Kompas.com merupakan pelopor media *online* di Indonesia, Kompas.com hadir pertama kali di internet pada 14 September 1995 dan diluncurkan dengan nama Kompas *Online*. Hingga pada 29 Mei 2008, Perubahan dari Kompas *Online* menjadi Kompas.com yang dikenal selalu menghadirkan jurnalisme yang bermakna. Penambahan kanal-kanal berita ditambah untuk meningkatkan sajian informasi yang update dan aktual kepada para pembaca (Kompas.com). Kompas Travel merupakan situs yang ada dibawah portal kompas.com. Kompas Travel memiliki sebelas (11) rubrik yaitu, *Travel Tips*, *Travel Update*, Jalan-jalan, *Superapp*, Nawa Cahaya, Indeks, *Itinerary*, *Travel Promo*, Galeri, Parekraf dan Ohayo Jepang. Dalam penelitian ini, peneliti hanya meneliti rubrik *travel update* pada konten pariwisata selama masa pandemi periode Maret 2020 – Desember 2021.

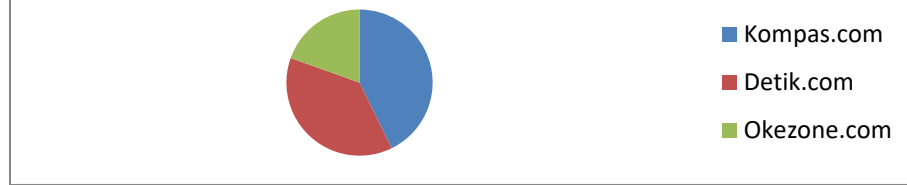


Gambar 1. 3 Tampilan Situs Okezone.com
(Sumber:oketravel)

Okezone.com merupakan salah satu portal berita dan hiburan *online* yang memfokuskan pada pembaca masyarakat Indonesia yang tinggal di tanah air ataupun di luar negeri. Okezone.com mempunyai bermacam-macam konten termasuk berita internasional, umum, ekonomi, politik, peristiwa, *lifestyle*, *travel*, *sports*, selebriti dll. Per Juni 2019, Okezone.com menempati peringkat kedua untuk kategori portal berita *online* terpopuler di Indonesia (okezone.com). Oke Travel adalah situs yang ada dibawah portal Okezone.com atau dapat diakses dengan <https://travel.okezone.com/>. Oke Travel mempunyai enam (6) rubrik yaitu, Destinasi, Jalan-Jalan, Info Wisata, Wisata Kuliner, Foto, Video dan Indeks. Rubrik tersebut diperuntukan kepada pembaca terkait informasi seputar pariwisata di Indonesia dan negara lainnya. Dalam penelitian ini, peneliti hanya meneliti rubrik info wisata dan destinasi pada konten pariwisata selama masa pandemi periode Maret 2020 – Desember 2021.

Perbedaan mendasar dari ketiga situs media *online* tersebut dalam segi rubrikasi konten pariwisata. Oke Travel memiliki rubrik yang paling sedikit diantara Detik Travel dan Kompas Travel. Sedangkan Detik Travel dan Kompas Travel memiliki rubrik yang variatif dan para pembaca bisa turut menjadi penulis untuk merekomendasikan wisata di tanah air dan negara lain.

Periode Maret 2020 - Desember 2021



Gambar 1. 4 Diagram Pemberitaan Periode Maret 2020

(Sumber: Pengolahan Data Peneliti, 2022)

Selama periode Maret 2020 hingga Desember 2021, pemberitaan mengenai konten pariwisata di ketiga situs berita nasional selama masa pandemi 632 berita untuk semua rubrik travel Kompas.com. Detik.com pada bulan Maret 2020 memiliki 557 berita untuk semua rubrik travel. Okezone.com pada bulan Maret 2020 memiliki 289 berita untuk semua rubrik Oke Travel. Maka dari itu, terdapat pembatasan penelitian dengan hanya meneliti rubrik *Travel Update* dari Kompas.com, *Info Wisata dan Destinasi* dari Okezone.com dan *Travel News dan Destinations* dari Detik.com. Batasan memilih rubrik tersebut ialah rubrik-rubrik yang dipilih yang isi artikel beritanya mencakup pemberitaan pariwisata selama pandemi.

Pemilihan periode tersebut berdasarkan dari bulan pertama Indonesia ditemukan kasus positif Covid-19 di bulan Maret 2020 hingga Desember 2021 yang merupakan libur natal dan akhir tahun. Hal ini bertujuan untuk melihat bagaimana pemberitaan mengenai konten pariwisata selama masa pandemi di situs berita nasional Detik.com, Kompas.com dan Okezone.com.

Tren konten pariwisata dapat diteliti melalui analisis isi kualitatif dengan konsep-konsep gaya berita, jenis berita, nilai berita, sumber berita dan nada berita. Analisis isi sering kali digunakan untuk melakukan sebuah perbandingan, Perbandingan dari waktu ke waktu antara komunikator yang berbeda. Selain itu, analisis isi memberikan gambaran rinci tentang suatu pesan atau teks. Analisis isi bertujuan untuk menganalisis bentuk isi komunikasi. Tujuan dari analisis isi adalah untuk mengidentifikasi secara sistematis isi komunikasi yang tampak sebagai isi komunikasi yang jelas dan membuatnya faktual, efektif, andal dan dapat direproduksi (Eriyanto, 2011).

Penelitian ini menggunakan rujukan penelitian sebelumnya yang mengangkat topik berita pariwisata di media *online*. Penelitian pertama berjudul Kontruksi Pemberitaan Wisata Syariah pada Republika *Online* milik Winda Dwi Astuti Zebua UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta tahun 2013 memberikan beberapa referensi dalam menyelesaikan penelitian ini. Dalam kontruksi pemberitaan, penelitian sebelumnya menggunakan Framing model Pan dan Kosicki. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah jika penelitian terdahulu melakukan kontruksi pemberitaan wisata syariah pada Republika *Online*, penelitian ini membahas mengenai konten pariwisata selama masa pandemi di 3 situs berita nasional.

Penelitian kedua berjudul Analisis Media *Online* Dalam Pemberitaan Pariwisata: Studi Kebijakan Redaksi Detik Travel Dan Tribunnews Travel milik Farid Rusdi Universitas Tarumanegara, Jakarta tahun 2017. Dalam menganalisis isi, penelitian sebelumnya menggunakan metode kualitatif deskriptif dan wawancara redaksi Detik Travel dan Tribunnews Travel. Perbedaan penelitian ini membahas tentang studi kebijakan redaksi Detik Travel dan Tribunnews, sedangkan penelitian ini membahas mengenai konten pariwisata selama masa pandemi di 3 situs berita nasional.

Penelitian ketiga berjudul Konstruksi Sosial Pemberitaan Kenormalan Baru Sektor Pariwisata Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kompas.id milik Alsifa Citra Aziza UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta tahun 2021. Penelitian ini menggunakan metode Framing model Robert N. Entman. Terdapat perbedaan penelitian terdahulu melakukan analisis media Kompas.id, Sedangkan penelitian ini akan menganalisis dari 3 berita *online* nasional tentang pemberitaan pariwisata selama pandemi.

Penelitian ini menggunakan metode analisis isi kualitatif karena dalam penelitian ini akan melihat jenis, sumber, gaya, nilai dan nada berita dari pemberitaan mengenai konten pariwisata selama masa pandemi di situs berita nasional. Peneliti akan meneliti 294 berita yang terkait dengan pariwisata selama pandemi di berita *online* Detik.com, Kompas.com dan Okezone.com. Selain itu, penelitian ini menggunakan paradigma post positivisme. Peneliti memilih paradigma post positivisme karena

mempercepat proses validasi temuan dengan menggunakan berbagai metode.

Oleh karena itu, peneliti ingin mengetahui bagaimana konten pemberitaan pariwisata selama masa pandemi di situs berita nasional dengan metode analisis isi kualitatif. Maka judul penelitian yang diangkat berjudul **“Konten Pariwisata Di Situs Berita Nasional Selama Pandemi (Analisis Isi Kualitatif Berita pada Detik.com, Kompas.com dan Okezone.com Periode Maret 2020 – Desember 2021)”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan, peneliti merumuskan masalah, yaitu: “Bagaimana pemberitaan konten pariwisata pada situs berita *online* nasional di Detik.com, Kompas.com dan Okezone.com selama masa pandem”. Rumusan masalah tersebut diantaranya, yaitu:

1. Apa saja jenis berita konten pariwisata di Detik.com, Kompas.com dan Okezone.com selama masa pandemi?
2. Apa saja sumber berita konten pariwisata di Detik.com, Kompas.com dan Okezone.com selama masa pandemi?
3. Apa saja gaya berita yang ada dalam konten pariwisata di Detik.com, Kompas.com dan Okezone.com selama masa pandemi?
4. Apa saja nilai berita yang ada dalam konten pariwisata di Detik.com, Kompas.com dan Okezone.com selama masa pandemi?
5. Bagaimana nada berita yang ada dalam konten pariwisata di Detik.com, Kompas.com dan Okezone.com selama masa pandemi?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan di atas, tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui jenis pemberitaan konten pariwisata di Detik.com, Kompas.com dan Okezone.com selama masa pandemi
2. Untuk mengetahui sumber berita konten pariwisata di Detik.com, Kompas.com dan Okezone.com selama masa pandemi

3. Untuk mengetahui gaya berita yang ada dalam konten pariwisata di Detik.com, Kompas.com dan Okezone.com selama masa pandemi
4. Untuk mengetahui nilai berita yang ada dalam konten pariwisata di Detik.com, Kompas.com dan Okezone.com selama masa pandemi
5. Untuk mengetahui nada berita yang ada dalam konten pariwisata di selama masa pandemi

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Akademis

1. Hasil penelitian dapat memperkaya kajian analisis teks media khususnya konten pariwisata di media massa *online* dan dapat menjadi rujukan penelitian berikutnya dengan topik sejenis.
2. Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi sebuah pengetahuan baru dalam dunia komunikasi, khususnya tentang jurnalistik berita yang terdapat di media online.

1.4.2. Manfaat Praktis

1. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penulis konten berita pariwisata mengenai tren penulisan konten pariwisata di masa krisis.
2. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kepada pengelola wisata dan meningkatkan pengunjung