

# BAB I

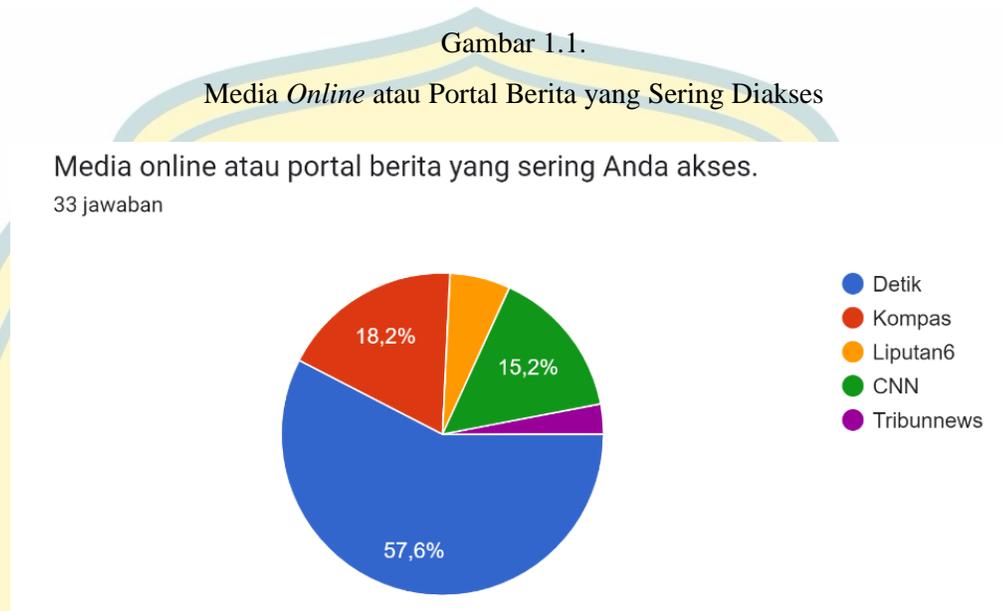
## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Teknologi saat ini berkembang dengan sangat pesat, terutama dalam bidang informasi dan komunikasi. Tingginya kebutuhan akan informasi mendorong masyarakat untuk lebih memilih media *online* sebagai sarana pencarian informasi. Hal ini disebabkan oleh kemudahan dan kecepatan akses yang ditawarkan oleh media *online* dalam memperoleh informasi (Anggraeni & Wuryanta, 2020). Media *online* merupakan sebutan umum untuk sebuah bentuk media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia dengan menggunakan jaringan internet. Media *online* kini menjadi alternatif media yang paling mudah mendapatkan akses informasi atau berita (Prilicia, 2019).

Media *online* Detik.com menjadi salah satu yang populer di Indonesia. dalam menyajikan beritanya memiliki daya tarik yang mengundang keingintahuan masyarakat. Sesuai dengan survei yang dilakukan oleh Similarweb pada tahun 2023 diketahui bahwa Detik.com adalah media yang menjangkau paling banyak masyarakat, disusul oleh Kompas.com, dan selanjutnya Tribunnews.com. Hasil survei tersebut membuktikan bahwa portal media *online* Detik.com juga terkenal karena keaktualan berita dan merupakan akun berita yang memiliki jumlah pengikut paling banyak diantara akun berita lainnya (Hafisa, 2023).

Selain berdasarkan data survei dari Similarweb, peneliti juga melakukan pra-riset yang dilakukan terhadap 33 *followers* Instagram @backpackerjakarta, adapun hasilnya dapat dilihat pada Gambar 1.1 di bawah ini:



Sumber: Data Olahan Peneliti, 2024

Berdasarkan data di atas, diketahui bahwa Detik.com menjadi portal berita yang paling sering diakses dengan persentase sebesar 57.6% yaitu 19 orang dari total 33 responden. Hal ini menunjukkan bahwa lebih dari setengah responden memilih Detik.com sebagai sumber berita *online* utama mereka. Kompas.com berada di posisi kedua dengan persentase 18,2% (6 dari 33 orang). CNN dipilih oleh 5 dari 33 responden dengan persentase 15,2%. Sedangkan 6,1% (2 dari 33 orang) memilih Liputan6 dan 3% (1 orang) memilih Tribunnews. Dapat disimpulkan bahwa Detik.com adalah sumber berita paling dominan, diikuti oleh Kompas dan CNN. Sedangkan Liputan6 dan Tribunnews memiliki popularitas yang lebih rendah.

Media *online* Detik.com adalah sebuah portal *web* yang menyajikan berita dan artikel terkini secara daring dari berbagai bidang, baik dari dalam maupun luar negeri. Masyarakat dapat mengakses informasi terbaru secara *real-time*. Detik.com menjadi salah satu situs untuk menyebarkan informasi secara luas dan cepat serta menyediakan berbagai kategori berita yang beragam seperti politik, ekonomi, hiburan, olahraga, teknologi, kesehatan, dan gaya hidup. Selain itu, terdapat konten-konten khusus seperti artikel-artikel opini, ulasan produk, dan berbagai konten lainnya, sehingga masyarakat dapat menemukan berita sesuai dengan minat dan kebutuhan mereka (Susilawati & Radjagukguk, 2020).

Salah satu berita mengenai *travel* diterbitkan di situs berita Detik.com tepatnya di detikX. Berita tersebut membahas seorang pelancong bernama Haryadi Yansyah di mana ia dan adiknya yang menceritakan pengalaman mereka melakukan perjalanan ke Benua Eropa pada tahun 2018. Setiba sampai di tempat tujuan, mereka mendapatkan penginapan gratis secara cuma-cuma dan hampir tidak mengeluarkan uang sepeserpun untuk penginapan selama satu bulan di Eropa. Hal tersebut mereka dapatkan melalui aplikasi *travel* bernama Couchsurfing. Meskipun terdapat beberapa pengalaman kurang menyenangkan, seperti tidur di lantai area dapur tanpa alas di Amsterdam dan terpaksa menghirup asap di Belanda, keseluruhan pengalaman mereka dalam perjalanan dianggap sangat berkesan (Mailoa, 2023). Adapun berita tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.2 berikut ini:

Gambar 1.2.

Berita "Menginap Cuma-cuma di Seluruh Dunia" di media *online* Detik.com



Sumber: Detik.com diunggah pada 10 Desember 2023

Berdasarkan berita tersebut, dijelaskan oleh narasumber dalam wawancara bersama tim detik, aplikasi *travel Couchsurfing* yang narasumber gunakan memiliki konsep berbeda dengan aplikasi *travel* lainnya. Aplikasi *travel Couchsurfing* berbasis pertukaran keramah-tamahan (*hospitality exchange*) tanpa adanya *feedback* atau transaksi berupa uang, para pengguna dapat saling memberikan tumpangan tempat tinggal kepada sesama pengguna dari daerah atau negara lain. Aplikasi tersebut memfasilitasi para penggunanya untuk mendapatkan atau memberikan tumpangan menginap gratis saat melakukan *travelling* (Couchsurfing.com, 2024).

Bagi seorang *surfer*, Couchsurfing merupakan aplikasi yang memberikan banyak manfaat. Tidak hanya soal biaya, melalui Couchsurfing kita juga dapat menambah pengalaman serta relasi baru. Adapun logo dari aplikasi Couchsurfing tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.3 berikut ini:

Gambar 1.3.  
Logo Aplikasi *Travel Couchsurfing*



Sumber: Couchsurfing.com

Terdapat istilah khusus yang disematkan kepada para pengguna aplikasi ini yaitu orang yang mendapatkan tumpangan tidur atau *traveller* disebut surfer, sedangkan istilah bagi pengguna yang memberikan tumpangan tidur untuk *traveller* disebut sebagai host. Para surfer sebagai pelancong memanfaatkan aplikasi *travel Couchsurfing* untuk memperoleh akomodasi gratis ketika mereka berlibur ke suatu tempat, meskipun para pelancong tersebut tidak pernah mengenal dan bertatap muka dengan host yang memberikan tempat tinggal gratis (Juniarti, 2021).

Untuk mendapatkan penginapan gratis tersebut surfer perlu mengirim permintaan *request to stay* kepada host yang memiliki status *accepting guest* atau *maybe accepting guest*. *Request to stay* merupakan salah satu kalimat yang sangat populer di kalangan para pengguna Couchsurfing, terutama untuk surfer yang mencari penginapan gratis. Host dapat mengabulkan atau menolak *request to stay* yang diajukan

oleh surfer tersebut. Surfer dan host juga dapat saling berkontak melalui fitur *chatting* di aplikasi Couchsurfing (Juniarti, 2020).

Aplikasi *travel* seringkali dimanfaatkan bagi para wisatawan ketika ingin mengunjungi suatu daerah atau tempat wisata baik dalam negeri maupun luar negeri. Di Indonesia sendiri pariwisata menjadi salah satu faktor yang mendukung pertumbuhan ekonomi dan dapat dikatakan sedang dalam perkembangan, seperti pada April 2024 jumlah perjalanan wisatawan nasional mencapai 756,02 ribu perjalanan. Jumlah tersebut mengalami peningkatan sebesar 9,28% bila dibandingkan bulan sebelumnya Maret 2024. Perjalanan wisatawan nasional juga mengalami kenaikan sebesar 33,13% dibandingkan dengan bulan yang sama tahun sebelumnya April 2023. Meskipun begitu, jumlah perjalanan wisatawan nasional saat ini masih di bawah kondisi saat sebelum pandemi Covid-19 terjadi (Badan Pusat Statistik, 2024: 8).

Penurunan yang terjadi saat sebelum dan sesudah pandemi Covid-19 juga disebabkan oleh beberapa faktor penghambat salah satunya yaitu kendala finansial. Dilansir dari Sindonews.com melalui survei yang dilakukan oleh ZEN Rooms (jaringan hotel dengan perkembangan pesat di Asia), salah satu penyebab utama seseorang tidak ingin melakukan perjalanan wisata atau *travelling* yaitu tidak adanya dana yang cukup (Shin, 2024). Selain berdasarkan data yang dipublikasikan oleh IDN Times, peneliti juga melakukan pra riset yang dilakukan pada 33 *followers* Instagram @backpackerjakarta sebagai data pendukung peneliti, dengan hasil sebagai berikut:

Gambar 1.4.

Kendala Saat Ingin Melakukan Perjalanan Wisata atau *Travelling*

Apa kendala yang Anda alami saat ingin melakukan perjalanan wisata atau travelling?

33 jawaban



Sumber: Data Olahan Peneliti, 2024

Berdasarkan hasil pra riset yang dilakukan, belum memiliki anggaran yang cukup (minim budget) adalah kendala yang paling banyak dialami oleh responden, dengan persentase sebesar 60,6% (20 dari total 33 responden). Ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa kesulitan untuk melakukan *travelling* karena keterbatasan dana. Kendala kedua terbanyak yang dialami oleh responden yaitu banyak urusan pekerjaan sehingga sulit mendapat waktu luang dipilih oleh 9 dari 33 orang dengan presentase sebesar 27,3%. Selanjutnya sebanyak 6,1% mengalami kendala kesulitan atau bingung merencanakan perjalanan wisata dan 2 dari 33 responden menjawab tidak memiliki kendala. Ini menunjukkan bahwa hanya sedikit responden yang tidak mengalami kendala dalam melakukan perjalanan wisata. Dari hasil ini, dapat disimpulkan bahwa kendala terbesar yang dihadapi oleh responden adalah masalah anggaran, diikuti oleh keterbatasan waktu akibat pekerjaan.

Mengatasi permasalahan tersebut, belakangan ini juga terdapat tren konten yang sering bermunculan di media sosial tentang bagaimana cara agar tetap dapat menikmati perjalanan wisata walaupun terbatas oleh anggaran atau hanya memiliki budget yang minim. Salah satu tren yang dimaksud *frugal travel* yakni bagaimana cara mengelola anggaran perjalanan, mencari penawaran terbaik dan menemukan pengalaman wisata dengan biaya yang rendah (Nugraha, 2024). Kesimpulannya *frugal travel* dapat diartikan sebagai konsep liburan cerdas yang memungkinkan seseorang untuk jalan-jalan dan bersenang-senang meski dengan budget yang minim.

Konsep *frugal travel* diadaptasi dari konsep *frugal living* yang memiliki arti sebuah sikap yang sejalan dengan kesederhanaan, sukarela, dan tidak berlebihan dalam mengonsumsi suatu hal, serta bertolak belakang dengan sikap materialisme. Perilaku ini juga sebagai salah satu bentuk kesadaran seseorang dalam mengatur pengeluaran mereka dan lebih fokus pada beberapa prioritas keuangan (Maisyarah & Nurwahidin, 2022). Sejalan dengan hal tersebut, peneliti juga melakukan pra riset tentang informasi yang menarik minat *followers* Instagram @backpackerjakarta mengenai perjalanan wisata atau *travelling* dengan hasil sebagai berikut:

Gambar 1.5.

Informasi atau Konten Perjalanan Wisata/*Travelling* yang Diminati

Mana di bawah ini informasi atau konten perjalanan wisata/*travelling* yang sesuai dengan interest Anda?

33 jawaban



Sumber: Data Olahan Peneliti, 2024

Berdasarkan hasil pra riset, tips hemat anggaran atau biaya yang akan dihabiskan menjadi jenis informasi atau konten yang paling diminati, dengan persentase sebesar 54.5% (18 dari 33 orang). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden tertarik pada konten yang dapat membantu untuk menghemat biaya selama *travelling*. Selanjutnya sebanyak 33.3% (11 dari 33 responden) memilih review tempat tujuan wisata yang akan dikunjungi, ini menunjukkan bahwa banyak anggota yang tertarik pada ulasan destinasi wisata sebelum mereka memutuskan untuk mengunjungi tempat tersebut. Rekomendasi barang dan peralatan yang wajib dibawa diminati oleh 9.1% (3 dari 33 responden) dan kuliner di tempat wisata dipilih dengan persentase 3%. Dari hasil ini, dapat disimpulkan bahwa responden lebih tertarik pada konten yang berkaitan dengan penghematan biaya dan ulasan destinasi wisata.

Komunitas Backpacker Jakarta (BPJ) adalah komunitas perjalanan yang didirikan pada 5 April 2013 dan berpusat di Jakarta serta wilayah sekitarnya, seperti Bogor, Tangerang, Bekasi, dan Depok. BPJ secara rutin mengadakan perjalanan wisata dengan menggunakan sistem *sharecost*, di mana seluruh biaya perjalanan ditanggung bersama oleh para peserta. Setiap perjalanan juga disertai dengan laporan rinci mengenai pemasukan, pengeluaran, serta sisa dana yang kemudian diinformasikan kepada peserta. Peserta bisa langsung ikut tripnya dengan menghubungi *contact person* yang tertera pada info trip. Semua informasi *travelling*, *event*, maupun trip akan dibagikan di semua media sosial yang dimiliki oleh Komunitas Backpacker Jakarta utamanya media sosial Instagram @backpackerjakarta yang memiliki *followers* sebanyak 75.126 terhitung per 25 Oktober 2024 (Komunitas Backpacker Jakarta, 2020)

Selain itu peneliti juga menjadikan *followers* Instagram Komunitas Backpacker Jakarta yaitu @backpackerjakarta sebagai subjek penelitian ini karena akun Instagram @backpackerjakarta memiliki kemungkinan terdiri dari individu yang terbiasa ataupun ingin melakukan perjalanan dengan anggaran minim dan memiliki kecenderungan untuk mencari alternatif penginapan murah, bahkan gratis, serta berpotensi tertarik untuk mencoba fitur *request to stay* dari aplikasi Couchsurfing. Aplikasi Couchsurfing yang menawarkan penginapan gratis melalui fitur *request to stay*, sesuai dengan preferensi backpacker yang lebih fleksibel dan hemat biaya. Media sosial Instagram Komunitas Backpacker Jakarta juga aktif dalam berbagi informasi dan pengalaman

perjalanan melalui media sosial Instagramnya. Adapun perbandingan jumlah *followers* Instagram akun @backpackerjakarta dengan akun lainnya yang serupa:

Tabel 1.1.  
Perbandingan Jumlah *Followers* Akun Serupa

Nama pengguna	Jumlah pengikut
@backpackerjakarta	75.126 <i>followers</i>
@backbackerkarawang	4.439 <i>followers</i>
@backpacker_semarang	3.673 <i>followers</i>
@backpackerbandungraya	701 <i>followers</i>

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2024

Berdasarkan data tersebut, akun @backpackerjakarta memiliki jumlah pengikut paling banyak dibandingkan dengan akun serupa lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa Instagram Komunitas Backpacker Jakarta memiliki jangkauan audiens yang lebih luas dan popularitas yang tinggi dengan interes yang serupa yaitu informasi mengenai trip, *travelling*, *backpacker*, dan sebagainya. Dengan jumlah pengikut yang banyak dan aktif membagikan informasi, Instagram komunitas ini berpotensi menjadi pusat informasi dan aktivitas bagi para anggotanya.

Selain itu, menurut data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) provinsi DKI Jakarta menduduki peringkat ke-4 dengan jumlah penduduk terbanyak yang melakukan perjalanan wisata menurut provinsi asal selama tahun 2024. Meskipun jumlah perjalanan wisata DKI Jakarta bukan yang terbanyak dibandingkan dengan

empat provinsi lainnya, namun DKI Jakarta memiliki persentase partisipasi perjalanan wisata tertinggi di antara provinsi lainnya yaitu sebesar 68,9%, menunjukkan tingginya antusiasme masyarakat Jakarta untuk melakukan perjalanan wisata. Berikut adalah tabel peringkat perbandingan jumlah perjalanan wisatawan berdasarkan provinsi asal:

Tabel 1.2.  
Perbandingan Jumlah Perjalanan Wisatawan di Indonesia

Provinsi	Jumlah Perjalanan Wisatawan	Persentase
Jawa Timur	17.605.379	42,1%
Jawa Barat	14.569.936	28,9%
Jawa Tengah	11.014.930	29%
DKI Jakarta	7.362.887	68,9%
Banten	4.893.072	39,36%

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2024

Berdasarkan latar belakang di atas, berita yang dipublikasikan oleh Detik.com dengan judul “Menginap Cuma-Cuma di Seluruh Dunia” mengenai penginapan gratis aplikasi *travel Couchsurfing* menjadi salah satu informasi yang berpotensi diminati oleh *followers* akun Instagram @backpackerjakarta. Hal ini dikarenakan isi berita tersebut membahas bagaimana cara mendapatkan penginapan gratis dengan hanya bermodalkan mengunduh aplikasi, sehingga termasuk ke dalam salah satu informasi yang dapat membantu untuk menghemat biaya saat melakukan *travelling*. Sikap menjadi respon penting terhadap informasi yang diterima, karena menentukan bagaimana seseorang akan menanggapi atau bertindak berdasarkan keterpaparan informasi tersebut. Dalam konteks berita “Menginap Cuma-cuma di Seluruh Dunia”

pada media *online* Detik.com yakni tentang penginapan gratis melalui aplikasi *travel Couchsurfing*, tentunya menimbulkan sikap pada informasi tersebut yang dapat mendorong seseorang untuk menggunakan fitur *request to stay* sehingga dapat menghemat biaya perjalanan saat melakukan *travelling* serta mendukung pertumbuhan ekonomi negeri di bidang pariwisata.

## 1.2. Pembatasan Masalah

Peneliti membatasi masalah agar penelitian tetap relevan dengan topik utama penelitian. Pembatasan masalah tersebut antara lain:

1. Pembatasan objek penelitian hanya pada berita “Menginap Cuma-cuma di Seluruh Dunia” di media *online* Detik.com.
2. Pembatasan fokus penelitian hanya pada aplikasi *travel Couchsurfing* bukan aplikasi *travel* yang lainnya.
3. Pembatasan fokus penelitian hanya pada sikap dalam menggunakan fitur *request to stay* yang terdapat di dalam aplikasi *travel Couchsurfing*.
4. Pembatasan subjek penelitian hanya pada *followers* Instagram @backpackerjakarta.
5. Pembatasan ruang lingkup penelitian hanya pada berita penginapan gratis aplikasi *travel Couchsurfing* di media *online* Detik.com terhadap sikap dalam menggunakan fitur *request to stay*.

### 1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana terpaan media *online* detik.com tentang berita penginapan gratis aplikasi *travel* Couchsurfing di media *online* detik.com yang diunggah pada 10 Desember 2023?
2. Bagaimana sikap dalam menggunakan fitur *request to stay* pada *followers* Instagram @backpackerjakarta?
3. Apakah terdapat pengaruh terpaan media *online* detik.com tentang berita penginapan gratis aplikasi *travel* Couchsurfing terhadap sikap dalam menggunakan fitur *request to stay* pada *followers* Instagram @backpackerjakarta?

### 1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini yaitu,

1. Untuk mengetahui terpaan media *online* detik.com tentang berita penginapan gratis aplikasi *travel* couchsurfing di media *online* Detik.com yang diunggah pada 10 Desember 2023.
2. Untuk mengetahui sikap dalam menggunakan fitur *request to stay* pada *followers* Instagram @backpackerjakarta.
3. Untuk mengetahui pengaruh terpaan media *online* detik.com tentang berita penginapan gratis aplikasi *travel* couchsurfing terhadap sikap dalam menggunakan fitur *request to stay* pada *followers* Instagram @backpackerjakarta.

## 1.5. Manfaat Penelitian

### Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dengan kajian serupa. Lalu, diharapkan memberikan wawasan dan kontribusi dalam perkembangan bidang ilmu komunikasi khususnya mengenai peran media *online* sebagai penyebaran berita atau informasi yang dapat menjadi faktor penting dalam mempengaruhi sikap.

### Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan dan pertimbangan bagi perusahaan aplikasi *travel* Couchsurfing untuk dapat terus mengembangkan sistem dalam mengelola dan meningkatkan kualitas layanan aplikasi *travel* Couchsurfing secara keseluruhan agar Couchsurfing bisa lebih dikenal lagi di kalangan masyarakat, mendukung pertumbuhan ekonomi pemerintah khususnya di bidang pariwisata, serta dapat menjadi solusi atas permasalahan yang ada di masyarakat.