

Hubungan Menonton *Travel Vlog Youtube* Dengan Minat Mengunjungi Wisata Lokal

Relation Watching Travel Vlog Youtube With Visiting Interest Local Tours

¹Muhammad Al Faruq, ²Anne Maryani

^{1,2}*Prodi Ilmu Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116
email: ¹alfaruqm92@gmail.com,*

Abstract. The development of the internet today greatly affect the social life as well as how to communicate a person. With the appearance of the internet, communication to the other person can be through social media. Today social media is not only used for sharing an information, but also for promoting goods, services, and etc. Youtube is one of the most visited social media by teenagers or young people, but adults and elderly also have access to youtube social media but not as much as young people and teenagers. Arif Muhammad is one of the famous youtuber in Indonesia, he is a youtuber or vlogger who travels to many parts of the world, and he always documenting it. Currently the government is trying to increase the number of local tourist visits to local tourist sites. Arif Muhammad's Travel vlog is expected to assist government efforts in increasing the number of local tourists. The purpose of this research is to see the relationship between watching the travel vlog of Arif Muhammad with the interest of visiting local tour of Gili Trawangan. The method used in this research is quantitative with correlational approach. Technique of collecting data using questioner and literature study, and questioner distributed to 97 respondents. Technique of data analysis obtained by Rank Spearman formula. The results of the study there is a significant relationship between watching vlog travel Youtube Arif Muhammad with the interest of visiting local tourism Gili Trawangan. From Rank Spearman correlation calculation results obtained correlation of 0,557, the value is included in the category of average. That way, the more people watch travel vlog of Arif Muhammad then the higher the interest to visit local tourism Gili Trawangan.

Keywords : Correlational, Travel Vlog, Local Tours, Gili Trawangan.

Abstrak. Perkembangan internet saat ini sangat mempengaruhi kehidupan sosial serta cara berkomunikasi seseorang. Dengan kemunculan internet, komunikasi antar individu dapat dilakukan melalui media sosial. Saat ini media sosial tidak hanya digunakan untuk berbagi informasi, tetapi juga untuk mempromosikan suatu barang, jasa, dan lain-lain. Youtube adalah salah satu media sosial yang paling sering dikunjungi remaja atau kalangan muda, tetapi orang dewasa dan tua juga ada yang mengakses media sosial youtube namun jumlahnya tidak sebanyak anak muda dan remaja. Arif muhammad adalah salah satu youtuber terkenal di Indonesia, Ia adalah youtuber atau vlogger yang sering melakukan perjalanan ke berbagai belahan dunia, dan ia selalu mendokumentasikannya. Saat ini pemerintah sedang berusaha untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan lokal ke lokasi wisata lokal. Travel vlog Arif Muhammad diharapkan membantu upaya pemerintah dalam meningkatkan jumlah wisatawan lokal. Tujuan dari penelitian ini adalah melihat hubungan antara menonton *travel vlog* Arif Muhammad dengan minat mengunjungi wisata lokal Gili Trawangan. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan korelasional. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisisioner dan studi pustaka, kuisisioner disebar ke 97 responden. Teknik analisis data diperoleh melalui rumus *Rank Spearman*. Hasil dari penelitian terdapat hubungan yang signifikan antara menonton *travel vlog Youtube* Arif Muhammad dengan minat mengunjungi wisata lokal Gili Trawangan. Dari hasil perhitungan korelasi *Rank Spearman* diperoleh korelasi sebesar 0,557, nilai tersebut termasuk dalam kategori sedang. Dengan begitu, semakin sering orang menonton *travel vlog* Arif Muhammad maka semakin tinggi pula minat mengunjungi wisata lokal Gili Trawangan.

Kata Kunci : Korelasional, *Travel Vlog*, Wisata Lokal, Gili Trawangan.

A. Pendahuluan

Perkembangan internet saat ini sangat mempengaruhi kehidupan sosial serta cara berkomunikasi seseorang. Dengan kemunculan internet, komunikasi antar individu dapat dilakukan melalui media sosial. Media sosial ini juga beragam fungsinya, ada yang digunakan untuk berbagi video, pesan teks, audio, foto, ataupun games. Setiap

orang memilih dan menggunakan media sosial sesuai dengan kebutuhannya masing-masing. Saat ini media sosial tidak hanya digunakan untuk berbagi informasi, tetapi juga untuk mempromosikan suatu barang, jasa, dan lain-lain.

Saat ini youtube adalah salah satu media sosial yang paling sering dikunjungi remaja atau kalangan muda, tetapi orang dewasa dan tua juga ada yang mengakses media sosial youtube namun jumlahnya tidak sebanyak anak muda dan remaja. Di dalam media sosial youtube kita dapat melihat macam-macam video dari berbagai channel, biasanya video tersebut dikemas secara baik agar orang tertarik untuk menonton video tersebut. Terdapat banyak channel youtube yang memposting video dengan beragam macam kontennya, ada yang berisi tentang musik, pengetahuan, ekonomi, komedi, games, dan masih banyak lagi. Orang-orang yang aktif memposting video di youtube saat ini dapat terkenal seperti artis di televisi. Di Indonesia terdapat cukup banyak *youtuber* yang terkenal di kalangan masyarakat. Salah satu channel youtube yang terkenal adalah channel Arif Muhammad, Karena channel tersebut memiliki banyak *subscriber* dan *viewers*. Channel youtube Arif Muhammad ini berisi tentang vlog *travelling*, dan kegiatan sehari-harinya. Ia adalah youtuber atau vlogger yang sering melakukan perjalanan ke berbagai belahan dunia, dan ia selalu mendokumentasikannya. Ia pernah berjalan-jalan ke luar negeri ataupun dalam negeri, seperti negara Jepang, Inggris, Malaysia, Australia, Maldives, Lombok, Lampung, Bali, dan Medan. Namun penelitian ini lebih membahas video yang berkenaan dengan wisata di Indonesia.

Pariwisata di Indonesia saat ini perlu dikunjungi oleh masyarakatnya sendiri, karena saat ini banyak masyarakat yang berpikiran untuk berjalan-jalan ke luar negeri dengan alasan lebih bergengsi dan lebih bagus. Padahal tempat-tempat wisata di Indonesia tidak kalah saing dengan wisata luar negeri. Indonesia adalah negara yang memiliki banyak destinasi wisata dengan beragam keindahan alam, budaya, serta kuliner. Saat ini pemerintah sedang berusaha untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan lokal ke lokasi wisata lokal. *Travel* vlog Arif Muhammad diharapkan membantu upaya pemerintah dalam meningkatkan jumlah wisatawan lokal.

Upaya untuk meningkatkan jumlah wisatawan lokal bukan merupakan pekerjaan yang mudah ditambah banyak lokasi wisata luar negeri yang dianggap oleh masyarakat Indonesia lebih bergengsi. *Travel* vlog Arif Muhammad berusaha untuk menarik minat berkunjung masyarakat Indonesia ke tempat wisata local, dengan memberikan informasi mengenai tempat wisata lokal, dan juga memperlihatkan keindahan alam tempat wisata lokal.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “apakah ada hubungan menonton *travel* vlog Arif Muhammad terhadap minat mengunjungi wisata lokal”. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Untuk mengetahui apakah ada hubungan valensi informasi dalam menonton vlog youtuber terhadap minat mengunjungi wisata lokal.
2. Untuk mengetahui apakah ada hubungan bobot informasi dalam menonton vlog youtuber terhadap minat mengunjungi wisata lokal.

B. Landasan Teori

Menurut Wilbur Schramm mendefinisikan, “informasi sebagai segala sesuatu yang mengurangi ketidakpastian atau mengurangi jumlah kemungkinan alternatif. (Rakhmat, 2005 : 223)”. Menurut Festinger, “sikap atau kepercayaan bisa berubah karena adanya terpaan informasi yang selektif dan terus menerus, meskipun untuk kepercayaan, terutama berkaitan dengan keyakinan agama sangat sulit untuk diubah.

Sikap dan kepercayaan yang dimaksud disini adalah yang menyangkut sesuatu yang akan dilakukan seseorang atau kelompok orang. (Yusup, 2009: 118)” Dengan secara intensif, sebuah informasi dapat merubah sikap seseorang terhadap sesuatu. Perubahan sikap tersebut adalah timbal balik yang diharapkan oleh seorang komunikator. Komunikator mengolah data sesuai dengan maksud dan keinginannya agar dapat mengendalikan situasi di lingkungannya. Maka dari itu sebuah media informasi harus dipegang kendali oleh komunikator yang memiliki kredibilitas tinggi, agar tidak terjadinya penyalahgunaan informasi.

Menurut Tata Sutabri (2012: 24) informasi adalah data yang telah diolah atau diinterpretasikan untuk digunakan dalam proses pengambilan keputusan. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat diartikan bahwa informasi merupakan gambaran dari suatu objek yang diinformasikan. Dari informasi yang diperoleh mengakibatkan hilangnya keraguan dan ketidakpastian tentang suatu hal yang diinformasikan sehingga mempermudah dalam pengambilan suatu keputusan.

Feishbein dalam Little John kemudian mengemukakan bahwa, “merujuk pada teori ini semua informasi mempunyai kekuatan potensial yang dapat mempengaruhi orang untuk memiliki sikap tertentu. Besar tidaknya pengaruh tersebut tergantung kepada dua hal yaitu: valensi dan Bobot penilaian.”

1. Valensi atau nilai, yang berarti sejauhmana suatu informasi mendukung apa yang sudah menjadi kepercayaan seseorang. Suatu informasi dikatakan positif apabila informasi tersebut mendukung kepercayaan yang telah ada dalam diri seseorang sebelumnya. Sedangkan jika yang terjadi adalah sebaliknya, maka informasi itu dapat dipandang sebagai sesuatu yang negatif.
2. Bobot penilaian, yang berkaitan dengan tingkat kredibilitas informasi tersebut. Maksudnya apabila seseorang melihat informasi itu sebagai suatu kebenaran, maka ia akan memberikan penilaian yang tinggi terhadap informasi itu. Sementara jika yang terjadi adalah sebaliknya, maka penilaian yang diberikan pun akan rendah. (Littlejohn, 2009 : 137-138)

Abu Ahmadi (2003: 151) mendefinisikan bahwa, “minat merupakan sikap jiwa seseorang yang tertuju pada suatu objek tertentu ketiga jiwanya (kognisi, konasi dan emosi) dan dalam hubungan itu unsur perasaan yang terkuat.”

Faktor timbulnya minat, menurut Crow and Crow (1982), terdiri dari tiga faktor (Sarwono, 2003: 76) :

1. Faktor dorongan dari dalam, yaitu rasa ingin tahu atau dorongan untuk menghasilkan sesuatu yang baru dan berbeda. Dorongan ini dapat membuat seseorang berminat untuk mempelajari ilmu mekanik, melakukan penelitian ilmiah, atau aktifitas lain yang menantang.
2. Faktor motif sosial, yakni minat dalam upaya mengembangkan diri dari dan dalam ilmu pengetahuan, yang mungkin diilhami oleh hasrat untuk mendapatkan kemampuan dalam bekerja, atau adanya hasrat untuk memperoleh penghargaan dari keluarga atau teman.
3. Faktor emosional, yakni minat yang berkaitan dengan perasaan dan emosi. Misalnya, keberhasilan akan menimbulkan perasaan puas dan dapat meningkatkan minat, sedangkan kegagalan dapat menghilangkan minat seseorang.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hubungan Antara Menonton *Travel Vlog* Arif Muhammad (X) dengan Minat Mengunjungi Wisata Lokal(Y)

Berikut adalah penelitian hubungan antara menonton *travel* vlog Arif Muhammad dengan minat mengunjungi wisata lokal, yang diuji menggunakan teknik analisis korelasi *Rank Spearman*. Hasil pengujian dijelaskan pada tabel berikut.

Tabel 1. Hubungan Antara Menonton Travel Vlog Arif Muhammad (X) dengan Minat Mengunjungi Wisata Lokal(Y)

Correlations			Minat Berkunjung (Y)
Spearman's rho	Valensi Informasi (X1)	Correlation Coefficient	.494
		Sig. (2-tailed)	.000
		N	97
	Bobot Informasi (X2)	Correlation Coefficient	.476
		Sig. (2-tailed)	.000
		N	97
	Menonton travel vlog Youtube (X)	Correlation Coefficient	.557
		Sig. (2-tailed)	.000
		N	97

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2017.

Setelah dilakukan penyebaran kuisioner kepada *viewers* dan *subscriber* dari youtuber Arif Muhammad sebanyak 97 responden. Dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa besarnya hubungan antara iklan Le Minerale dengan kesadaran merek adalah 0.557. Hubungan ini termasuk kategori sedang/cukup menurut tabel kriteria Guilford. Hal tersebut mengindikasikan penolakan H_0 yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara menonton *travel* vlog Arif Muhammad dengan minat mengunjungi wisata lokal. Artinya apabila Menonton *travel* vlog Youtube meningkat maka Minat Berkunjung akan meningkat. Nilai Sig. (2-tailed) $< \alpha$ artinya terdapat hubungan yang berarti (signifikan) antara menonton *travel* vlog Arif Muhammad dengan minat berkunjung wisata lokal.

Menonton *Travel* vlog Arif Muhammad dalam penelitian ini meliputi *valensi* informasi dan bobot penilaian informasi. Sedangkan minat meliputi ketertarikan, kesukaan, dan keinginan.

Hasil dari penelitian terlihat bahwa setelah responden menonton *travel* vlog Arif Muhammad, semakin adanya minat terhadap mengunjungi wisata lokal Gili Trawangan. Penelitian ini mendapatkan hasil bahwa terdapat hubungan antara menonton *travel* vlog Arif Muhammad dengan minat mengunjungi wisata lokal Gili Trawangan. Dari hasil kuisioner dengan responden, *travel* vlog Arif Muhammad memiliki informasi yang baik sehingga responden berminat mengunjungi wisata lokal Gili Trawangan.

Saat ini orang-orang sangat membutuhkan segala macam bentuk informasi. Ditambah saat ini terdapat teknologi internet, hal tersebut membuat orang-orang menjadi lebih mudah untuk mendapatkan informasi. Dimana pun dan kapan pun mereka akan selalu mencari informasi yang sedang dibutuhkannya. Dan saat ini sebuah informasi digunakan untuk merubah minat seseorang, yang tadinya orang tidak suka menjadi suka dengan suatu hal. Terlebih saat ini pemerintah Indonesia harus dapat menarik minat masyarakatnya agar mau berkunjung ke tempat-tempat wisata lokal yang tersebar di seluruh pulau Indonesia.

Dari hasil kuisioner yang telah disebarakan kepada responden, variabel (X_1) nilai / valensi informasi memiliki korelasi yang lebih tinggi dengan minat mengunjungi wisata lokal bila dibandingkan dengan variabel (X_2) bobot informasi. Berdasarkan hasil uji korelasi Rank Spearman diperoleh korelasi sebesar 0,494 dan dapat dikategorikan pada korelasi sedang. Hal tersebut menjelaskan bahwa konsumen memiliki penilaian yang cukup baik terhadap variabel (X_1) nilai / valensi informasi dari travel vlog yang telah dibuat oleh Arif Muhammad.

Travel vlog Arif Muhammad sudah mendukung kepercayaan masyarakat Indonesia, mereka percaya bahwa lokasi wisata Gili Trawangan memiliki pemandangan yang indah, seperti pantai, sampai keindahan di bawah laut. Yang tadinya masyarakat tidak yakin dengan hal tersebut, saat melihat travel vlog Gili Trawangan menjadi yakin untuk mengunjungi lokasi wisata tersebut.

Sedangkan pada variabel (X_2) bobot informasi, hasil uji korelasi menunjukkan bahwa nilai korelasinya adalah 0,476 dan termasuk pada kategori sedang. Bobot informasi berkaitan dengan tingkat kredibilitas dari sebuah informasi. Maksudnya apabila seseorang melihat informasi itu sebagai suatu kebenaran, maka ia akan memberikan penilaian yang tinggi terhadap informasi itu. Kredibilitas disini adalah apakah travel vlog yang dibuat oleh Arif Muhammad sesuai dengan keadaan yang ada di Gili Trawangan, kemudian apakah ia menjelaskannya secara baik dan detail mengenai Gili Trawangan. Ketika travel vlog Arif Muhammad sudah menjelaskan sesuai dengan keadaan yang ada di lokasi wisata Gili Trawangan, maka viewers dan subscriber yang menonton travel vlog tersebut akan berminat mengunjungi wisata lokal Gili Trawangan.

Travel vlog Gili Trawangan yang dibuat oleh Arif Muhamamad telah berhasil membuat para viewers dan subscriber menerima informasi yang ada di dalam vlog tersebut. Dari pernyataan kuisioner, mereka menyatakan bahwa Arif Muhammad sudah menjelaskan sesuai dengan keadaan yang ada di Gili Trawangan, kemudian juga ia mendokumentasikannya secara baik dan sesuai dengan keadaan yang ada di Gili Trawangan. Dengan hal tersebut penerima pesan dapat lebih mudah tertarik dan menerima dengan pesan yang dikirim oleh pengirim pesan. Dan saat ini travel vlog Arif Muhammad di Gili Trawangan sudah ditonton sebanyak 587,638 kali oleh viewers dan subscriber, angka tersebut adalah penilaian tinggi dari viewers dan subscriber terhadap travel vlog tersebut.

Efek yang ditimbulkan dari menonton travel vlog adalah sebuah sikap atau minat. Seperti, mereka akan suka dengan lokasi wisata lokal Gili Trawangan, atau bahkan sampai ke sikap akan mengunjungi lokasi wisata lokal Gili Trawangan. Dari hasil penelitian pun dapat dilihat banyak responden yang menyatakan akan mengunjungi Gili Trawangan setelah melihat travel vlog Arif Muhammad. Hal yang seperti ini sangat dibutuhkan oleh pemerintah saat ini, seperti yang sudah dibahas pada latar belakang, bahwa masih minimnya jumlah wisatawan lokal yang berkunjung ke lokasi wisata lokal. Banyak cara untuk dapat membuat orang-orang menjadi tertarik kepada lokasi wisata lokal, salah satunya seperti membuat video dokumentasi atau vlog yang menarik, atau pun dengan cara membuat film tentang suatu daerah wisata lokal. Dengan begitu pemerintah tidak akan susah untuk mempromosikan wisata lokal yang ada di Indonesia.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti pada bab sebelumnya, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat hubungan signifikan antara variabel valensi informasi (X_1) dengan

minat berkunjung (Y) ke wisata lokal Gili Trawangan. Dari nilai koefisien korelasi dapat dibilang valensi informasi (X_1) memiliki hubungan yang sedang.

2. Terdapat hubungan signifikan antara variabel bobot informasi (X_2) dengan minat berkunjung (Y) ke wisata lokal Gili Trawangan. Dari nilai koefisien korelasi dapat dibilang memiliki hubungan yang sedang.

E. Saran

Saran Teoritis

1. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan mampu mengembangkan penelitian tentang pariwisata melalui metode penelitian yang lain, yaitu metode kualitatif, dengan kualitatif hasil penelitian akan lebih detail.
2. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan peneliti dapat mengetahui media lain yang juga berpengaruh kepada minat mengunjungi wisata lokal.

Saran Praktis

1. Untuk pemilik channel youtube Arif Muhammad diharapkan dapat mempertahankan untuk membuat *travel* vlog tentang perjalanan atau liburan ke tempat-tempat wisata lokal yang lainnya. Karena dapat memberikan informasi kepada para *viewers* dan *subscriber* dan membuat minat berkunjung ke tempat wisata lokal jadi bertambah.
2. Untuk kementerian pariwisata Indonesia diharapkan dapat membuat hal yang menarik untuk mempromosikan wisata lokal yang ada di Indonesia. Seperti melalui video dokumentasi atau vlog, atau melalui film, atau bahkan melalui musik.

Daftar Pustaka

- Ahmadi, Abu. 2003. *Psikologi umum*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Littlejohn, Stephen W. 2009. *Teori Komunikasi*. Edisi ke-5. Jakarta: Salemba Humanika.
- Rakhmat, Jalaluddin, 2005. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Sarwono. S.W. 2003. *Psikologi Remaja*. Jakarta: PT. Raja Gravido Persada
- Yusup, Pawit M. 2009. *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan*. Jakarta: Bumi Aksara.