

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teoritis

2.1.1 Teori Digital Cultures

Budaya digital adalah formasi sosial yang terbentuk melalui interaksi dengan teknologi informasi dan komunikasi (TIK), kadang-kadang disebut sebagai budaya cyber, komunitas virtual, komunitas online, atau komunitas Internet. Istilah ini mencakup banyak minat dan praktik budaya di berbagai jenis forum, yang hanya dapat diakses melalui komputer dan perangkat lain dengan koneksi internet. Inti dari budaya digital adalah interaksi dan jaringan sosial; sarjana komunikasi telah lama tertarik untuk mempelajari masalah identitas komunikasi dan akses terkait (Stephen dan Karen, 2016: 372).

Istilah ini kembali ke konsep dunia maya dan masih terinspirasi olehnya hingga saat ini. Pada awal 90-an, William Gibson menciptakan istilah itu dalam novel *cyberpunk*-nya *Neuromancer*. Komputer memasuki realitas *virtual*. Pada awal 1990-an, interpretasi akademis dan populer TIK meminjam terminologi Gibson untuk membayangkan lingkungan khusus komunikasi yang dimediasi komputer. Sebagian besar penjelasan ini menekankan manfaat meninggalkan tubuh dan identitas bermasalahnya (seperti ras dan jenis kelamin). Dunia maya dipandang memiliki potensi untuk menghidupkan kembali ruang publik politik dan sosial serta menciptakan koneksi dan kesamaan baru di antara kelompok yang beragam. (Stephen W. Littlejohn 2016):373)

Howard Rheingold berjasa karna mengembangkan fokus diskusi ke kultur digital yang berisi *cyberspace*. Dia mengatakan bahwa pencarian komunitas adalah penting bagi penggunaan ICTs sosial dan dia mendeskripsikan pengalamannya dalam pub dan salon virtual di *world Wide Web*. Teknologi lain yang memungkinkan penciptaan komunitas virtual yang berbasis teks pada saat itu

adalah internet *relay chat* (chat rooms), *Litserv* (elektronik mailing list), *multi – User Domain* (MUD; game computer multiplayer) dan *Usenet* (newsgroup).

Dengan pesatnya perkembangan ICRs, dunia maya dan budaya digital terus tumbuh dan berubah bentuk, dan pada tahun 1995, sistem papan buletin dial-up digantikan oleh layanan online berbayar dengan forum seperti CompuServe, Genie, AOL, dll. Pada tahun 2000, forum ini, termasuk usenet, digantikan oleh popularitas forum berbasis web seperti grup yahoo dan forum Delphi. Demikian juga, MUD dilengkapi dengan dialog multi-pengguna yang digerakkan oleh grafik, dan kemudian akhirnya digantikan oleh game role-playing online multipemain seperti *World of Warcraft* dan dunia virtual tiga dimensi seperti *The Sims* dan *Second Life*. Kemunduran budaya digital terbaru dipandang oleh sebagian orang sebagai awal era web 2.0, termasuk *Facebook*, komunitas *blogging*, dan situs jejaring sosial seperti *YouTube*

Fans media kemudian menjadi segmen terbesar dari kultur digital. Salah satu *mailing list* pertama yang digunakan untuk tujuan nonmiliter dan nonpemerintah adalah *mailing list* berisi topik fiksi sains. Riset menunjukkan bahwa *newsgroup usenet* dengan volume posting terbanyak setiap hari adalah yang berkaitan dengan diskusi televisi, film, dan sport. Dewasa ini jaringan dan fans memanfaatkan forum-forum diskusi untuk membahas setiap program televisi. Ada juga komunitas virtual yang didedikasikan untuk fiksi hasil karya fans, seni musik, dan video dari fans.

Kajian akademik terhadap kultur digital mengalami pergeseran penting pada awal 1990-an, *gender*, ras, kelas, dan seksualitas yang di ilhami oleh teori post strukturalis, post colonial, dan teori meminis dipahami sebagai pembentuk dan pemberi pengaruh pada relasi sosial dan *cyberspace* meski tidak sama persis dengan yang terjadi di dunia nyata pada tahun 2000, ketika paritas *gender* tercapai, kebanyakan forum didominasi pria, dengan wanita melaporkan tindakan penyisihan, pelecehan dan marginalisasi. Bahkan sampai sekarang, mayoritas tetap didominasi kulit putih dengan bahasa inggris, dan partisipan kelas menengah. Dapat dikatakan anggota kelompok yang dimarginalisasikan dalam

kehidupan nyata seperti gay, lesbian, biseksual, dan kelompok yang menyebut diri *queer* dan *transgender*, mengklaim ruang *cyberspace* sendiri. Generasi muda *queer* dalam komunitas rural yang terisolasi misalnya, mendapat manfaat dari web site *queer* dan forum diskusi *queer*.

Norma kultur barat masih mendominasi *cyberspace* meskipun meningkatnya jumlah pengguna internet di negara asia raya, khususnya di Jepang dan Korea Selatan, dan india. *World Wide Web* selalu merupakan misnomer, dan akses yang terbatas, dengan pengecualian beberapa daerah, bagi dunia selatan (Afrika, Amerika Selatan, Asia Tenggara). Kesenjangan digital ini juga muncul di barat. Di Amerika Serikat, misalnya, beberapa lingkungan Afrika Amerika dan Hispanik yang miskin masih belum mendapatkan infrastruktur telekomunikasi maju. Oleh karena itu, kesenjangan digital memengaruhi *cyberculture* mana yang terbentuk dan dalam kondisi apa ia terbentuk (Stepen dan Karen, 2016:374).

2.2 Kajian Konseptual

2.2.1. Tinjauan Media

Dalam proses komunikasi, media diperlukan sebagai alat penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), media dapat diartikan sebagai (1) alat, (2) alat atau sarana komunikasi, seperti majalah, radio, televisi, film, poster, dan spanduk. Diluar itu, media dapat diartikan sebagai segala sarana komunikasi dalam format cetak dan audio visual termasuk teknologi perangkat keras. Oleh karena itu diperlukan media media dalam berkomunikasi. Dengan kata lain, ketika berkomunikasi dengan orang lain perlu menggunakan alat atau sarana untuk membantu mereka memahami maksud dari informasi dan pemikiran yang ingin disampaikan.

Dengan kata lain komunikasi adalah segala cara yang digunakan untuk membuat, memperbanyak, mendistribusikan, dan menyampaikan informasi. Media memegang peran yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat, dan proses penyampaian informasi di zaman modern pada saat sekarang ini. Teknologi komunikasi merupakan hal yang paling di tuntut untuk menyampaikan atau

mentransmisikan informasi dan berita karna perkembangan teknologi telekomunikasi semakin pesat, lebih akurat, lebih mudah, lebih murah, serta lebih efektif dan efisien. Dengan menggunakan media komunikasi membuat mudahnya pertukaran atau akses informasi antar wilayah, negara di seluruh dunia.

Media memiliki peran penting dalam penyampaian informasi pariwisata Kota Batam agar informasi tersebut menyebar dengan luas dan dapat di akses oleh khalayak umum. Dengan cara memanfaatkan media dengan baik maka akan menghasilkan dampak yang besar bagi penggunaannya. Sama halnya dengandinas kebudayaan dan pariwisata Kota Batam dalam mencapai target yang telah ditetapkan dan menciptakan minat kunjungan wisatawan mancanegara ke Kota Batam, maka dinas kebudayaan dan pariwisata Kota Batam menggunakan media sebagai alat untuk menyampaikan informasi pariwisata di Kota Batam. Agar khalayak mendapatkan informasi yang di inginkan dan hal ini akan meningkatkan minat kunjung wisatawan ke Kota Batam.

2.2.2 Konsep Komunikasi

Komunikasi secara umum berasal dari bahasa latin yaitu *communication* yang artinya pemberitahuan atau pertukaran pikiran. Secara garis besar, dalam proses komunikasi, unsur kesamaan makna di perlukan untuk pertukaran pemikiran dan pemahaman antar komunikator (penyampai pesan) dan komunikan (penerima pesan) Tommi Suprpto (2011:05). Komunikasi memungkinkan manusia untuk saling bertukar informasi, pendapat, ide, konsep, pengetahuan, emosi, sikap, perilaku, dan sebagainya, baik sebagai pengirim maupun penerima pesan.

Carl J. Hovland mendefinisikan komunikasi sebagai berikut “*Communication is the process by which an individual (communicator) transmits stimuli (usually verbal symbols) to modify the behaviour of other individual(communicates).*” Artinya bahwa komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk merubah perilaku orang lain (komunikan). Mulyana, (2007:68) Banyak definisi komunikasi diungkapkan oleh para ahli dan pakar komunikasi seperti yang diungkapkan oleh Everett M. Rogers, komunikasi

adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka Mulyana, (2007:69). Sebuah definisi singkat mengenai komunikasi juga dibuat oleh Harold D Laswell, yaitu: Bahwa cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut: *who says what in which channel to whom what effect?* Atau Siapa Mengatakan Apa dengan saluran apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh Bagaimana?" Mulyana (2007:69). Dari beberapa pengertian di atas peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa komunikasi merupakan proses pertukaran pesan antara komunikator dengan komunikan dimana dalam berkomunikasi tidak hanya sekedar menyampaikan pesan kepada orang lain namun berupaya mempengaruhi orang lain yang dapat merubah perilakunya. Hal ini hanya dapat terjadi apabila komunikan atau orang yang menerima pesan memahami dan mengerti akan pesan yang disampaikan oleh komunikator sebagai orang yang mengirim pesan.

2.2.3. Media Komunikasi

Menurut Burhan Bungin, (2006:72), pengertian media komunikasi massa adalah media yang menyebarluaskan informasi secara massal dan dapat diakses oleh masyarakat secara massal pula. Informasi massa adalah informasi yang diperuntukkan kepada masyarakat secara massal, bukan informasi yang hanya boleh dikonsumsi oleh pribadi. Secara umum bisa dikatakan ada tiga jenis media komunikasi yang dikenal di masyarakat, yaitu: (a). Media cetak yang terdiri dari surat kabar, majalah, dan tabloid, (b). Media elektronik yang terdiri dari televisi dan radio, dan lainnya (c). Media online dengan perangkat internet yang sering dikenal dengan sebutan new media. Dalam melakukan komunikasi dibutuhkan media sebagai alat untuk penyampaiannya.

Media komunikasi memiliki pengaruh besar dalam penyebaran informasi dari komunikator kepada khalayak luas (komunikan). Media komunikasi merupakan media yang digunakan untuk menyebarluaskan informasi secara massa maka hal ini dapat membantu dinas kebudayaan dan pariwisata Kota Batam dalam menyebarkan informasi pariwisata yang ada di Kota Batam agar publik khalayak umum dapat mengakses dan mengetahui informasi tentang pariwisata di

Kota Batam. Dengan mengetahui informasi pariwisata Kota Batam dengan lengkap maka akan menimbulkan minat kunjung khalayak yang mengakses informasi tersebut. Hal ini tentunya akan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara di Kota Batam,

2.2.4 Media Online

Asep Syamsul M Romli dalam tulisannya jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online (Nuansa Bandung, 2012) mendefinisikan media online sebagai media massa yang ditampilkan secara online di situs internet. Media online adalah media massa generasi ketiga setelah media cetak (surat kabar, tabloid, majalah, buku, dll) dan media elektronik (radio, televisi, film atau video). Media jaringan adalah produk dari berita jaringan. Berita online, juga dikenal sebagai berita online, didefinisikan sebagai pelaporan fakta atau peristiwa yang dibuat atau disebarluaskan melalui Internet. Media yang secara teknis atau fisik berjejaring adalah media berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet).

Pengertian media online secara umum, yaitu semua jenis media atau format media yang hanya dapat diakses melalui internet, termasuk teks, foto, video, suara, dll. Berdasarkan pengertian umum tersebut, media jaringan juga dapat dipahami sebagai sebuah sarana komunikasi jaringan. Dengan pengertian umum tersebut media online, email, mailing list, website, blog, whatsapp dan media sosial semua termasuk dalam kategori media online. Pengertian media online sangat relevan dengan konsep media dalam konteks komunikasi massa.

Media komunikasi massa adalah media dalam bidang komunikasi massa, yang memiliki distribusi dan periodisitas tertentu. Secara khusus, media online mengacu pada media yang menyajikan karya berita (berita, artikel, topik khusus) secara online. Berita online, juga dikenal sebagai berita web. Secara teknis atau fisik, media online adalah media berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Kategori media online meliputi portal, situs web atau situs web, termasuk blog), radio online, televisi online, dan email. Keberadaan media online tidak dibatasi oleh ruang dan waktu, sehingga pengguna dapat

menggunakannya kapan saja, di mana saja, selama terhubung dengan internet. Sebagai media massa, media online juga menggunakan kaidah-kaidah jurnalistik dalam sistem kerja mereka. Pada saat ini, media online menjadi alternatif lain untuk memenuhi kebutuhan informasi khalayaknya.

Berdasarkan pengertian di atas media online tidak memiliki batas ruang dan waktu sehingga dapat di akses dengan mudah oleh khalayak umum dimanapun mereka berada selagi mereka terhubung dengan jaringan internet. Media online tentu saja sangat bermanfaat oleh dinas kebudayaan dan pariwisata Kota Batam sebagai media promosi dan penyebaran informasi kepariwisataan Kota Batam. Hal ini tentu akan membantu dinas kebudayaan dan pariwisata Kota Batam dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara di kota Batam. Dengan pemanfaatan media online dengan baik maka target yang diinginkan oleh dinas kebudayaan dan pariwisata Kota Batam akan tercapai.

2.2.5 Konsep Dasar Website

Saat ini teknologi mengalami kemajuan yang pesat, hal ini disebabkan oleh banyak faktor seperti perkembangan pemikiran masyarakat yang semakin maju, sebagai pemenuhan informasi masyarakat serta dinamika dunia profesi. Web merupakan suatu jaringan yang dapat mempermudah dan mempercepat penyampaian informasi secara luas, serta dapat dengan mudah dan cepat di akses oleh siapa saja yang memiliki akses internet. Menurut Subero (2013:11) web adalah sistem terkait dokumen yang digunakan sebagai media untuk menampilkan teks, gambar, multimedia dan lain-lain melalui jaringan internet. Sedangkan menurut Kustiyahningsih dan Devie (2013:04) web adalah sebuah layanan yang akan di dapatkan oleh pengguna komputer dengan menghubungkan fungsi *hypertext* dan menyajikan data dalam bentuk text, gambar, audio, animasi, dan format multimedia lainnya. Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa web merupakan fungsi *hypertext* untuk menampilkan data dan mencakup dokumen multimedia berupa teks, gambar, audio, video, dan lainnya, yang di akses menggunakan browser sebagai perangkat lunak.

Website merupakan halaman situs sistem informasi yang dapat di akses secara cepat, dimana saja dan kapan saja. Website merupakan media baru yang berkembang sangat pesat, dan menjadi media informasi yang sangat relevan bagi suatu instansi pemerintahan. Kehadiran website juga di manfaatkan oleh dinas kebudayaan dan pariwisata Kota Batam dalam menyampaikan informasi pariwisata. Dengan memanfaatkan penggunaan website sebagai media untuk penyampaian pesan dan informasi pariwisata dari dinas kebudayaan dan pariwisata kepada masyarakat maka akan menghasilkan dampak yang besar bagi peningkatan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Kota Batam.

2.2.5.1 Website

Perkembangan dunia teknologi yang semakin pesat membutuhkan jaringan yang secara luas dapat memajukan dan mempercepat penyampaian informasi serta dapat diakses dengan mudah dan cepat oleh siapa saja yang memiliki akses internet. Menurut Bekti (2015:35) website adalah kumpulan halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi teks, gambar, audio, video, atau kombinasi keduanya. Dalam rangkaian yang saling berhubungan masing-masing terhubung ke halaman web. Menurut Rahmadi (2013:01) website atau lebih dikenal dengan sebutan situs web adalah kumpulan halaman web yang saling terkait dan memiliki subjek dalam bentuk file, gambar, video atau jenis lainnya. Disisi lain menurut Ippo Santoso dalam Rahmadi (2013:01) website dibagi menjadi grup kanan dan grup kiri atau lebih dikenal sebagai website dinamis dan website statis.

a) Website Dinamis

Website dinamis adalah situs web yang tujuannya untuk diperbaharui secara struktural sesering mungkin.

b) Website Statis

Website statis merupakan halaman website yang memiliki konten yang tidak berubah-ubah.

Berdasarkan uraian diatas penulis menarik kesimpulan website adalah kumpulan halaman-halaman yang dapat menampilkan teks, gambar, animasi, video, suarayang masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman. Websitedibagi menjadi dua golongan yaitu websitestatis dan websitedinamis. Website dapat di akses oleh siapapun dan dimanapun dengan penggunaan website secara maksimal dalam menyebarkan informaso pariwisata Kota Batam, maka masyarakat luar akan mengetahui informasi seputar pariwisata Kota Batam. Hal ini akan meningkatkan minat kunjungan wisatawan mancanegara maupun wisatawan lokal untuk berkunjung ke Kota Batam.

2.2.6 Pariwisata

Secara etimologis, pariwisata berasal dari bahasa Sanskerta dan terdiri dari dua suku kata, pari yang berarti terus menerus, berulang, lengkap, reinkarnasi, dan kata tourism berarti perjalanan, kunjungan. adalah sinonim untuk kata perjalanan dalam bahasa Inggris. Menurut Undang-Undang Kepariwisata Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009, kepariwisataan adalah berbagai jenis kegiatan pariwisata yang didukung oleh berbagai fasilitas dan pelayanan yang diberikan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Menurut Wiyasa (2007:12), wisata merupakan komoditas yang dibutuhkan setiap orang, karena kegiatan wisata pribadi dapat meningkatkan kreativitas dan menghilangkan kebosanan kerja, rekreasi, belanja, bisnis, belajar tentang peninggalan sejarah, wisata kesehatan dan spiritual, dan sebagai Akibatnya, lebih banyak waktu luang, hari kerja yang lebih pendek dan pendapatan yang lebih tinggi, kegiatan pariwisata akan meningkat. Tujuan wisata merupakan langkah awal dalam perencanaan agar pada saat kegiatan berlangsung dapat sesuai dengan yang diharapkan. Seseorang yang melakukan perjalanan pasti memiliki tujuan yang diinginkan. Menurut Kesrul, tujuan dari industri pariwisata adalah:

1. Ingin bersantai, bersukaria, rileks (lepas dari rutinitas), berpetualang
2. Ingin mencari suasana baru atau suasana lain
3. Memenuhi rasa ingin tahu untuk menambah wawasan
4. Mencari kepuasan dari yang sudah didapatkan Karyono

Untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara berkunjung ke Kota Batam dinas pariwisata dan kebudayaan Kota Batam perlu menyebarkan informasi dan melakukan promosi pariwisata, agar informasi yang ingin di sampaikan menyebar dengan luas maka perlu menggunakan media komunikasi, dinas kebudayaan dan pariwisata kota batam menggunakan website sebagai media untuk menyampaikan informasi pariwisata Kota Batam.

2.2.6.1 Jenis Pariwisata

Seorang wisatawan melakukan perjalanan wisata biasanya karna didorong oleh beragam alasan sekedar untuk *refreshing* dan untuk berjalan-jalan. Selain dari itu ada yang melakukan perjalanan pariwisata dengan kegiatan bisnis kesuatu daerah tertentu. Berikut ada beberapa jenis pariwisata berdasarkan tujuan melakukan perjalanan:

Menurut ismawati dalam pranata (2012:10) wisata di bagi dalam beberapa jenis yaitu sebagai berikut:

1. Wisata kuliner Perjalanan ini tidak hanya untuk mengisi perut dengan berbagai hidangan khas dari daerah tujuan wisata, tetapi juga untuk mendapatkan pengalaman yang menyenangkan, yang juga memotivasi orang untuk mengikuti wisata kuliner ini.
2. Wisata olahraga Wisata ini memadukan kegiatan olahraga dengan kegiatan pariwisata, yang dapat berupa kegiatan olahraga aktif, yang mengharuskan wisatawan untuk melakukan tindakan fisik secara langsung. Aktivitas lain disebut aktivitas pasif. Wisatawan tidak melakukan gerakan fisik, melainkan menjadi penikmat, penyuka olahraga.
3. Pariwisata bisnis Pengunjung pameran dan pameran komersial seperti pameran industri, pameran dagang, pameran budaya, dan lainnya.
4. Wisata laut Sering melakukan perjalanan yang berhubungan dengan olahraga air seperti danau, pantai, air laut, dan lainnya.
5. Wisata industri Perjalanan ke lokasi industri oleh sekelompok mahasiswa atau orang biasa untuk tujuan penelitian.

6. Bulan madu Wisata untuk pengantin baru yang sedang berbulan madu dengan fasilitas khusus dan mandiri untuk menikmati perjalanan.
7. Wisata Cagar Alam Jenis wisata yang diselenggarakan terutama oleh biro perjalanan atau biro perjalanan profesional, yang kelestariannya dilindungi undang-undang dengan mengatur kunjungan ke tempat-tempat atau cagar alam, taman lindung, gunung, hutan daerah, dan sebagainya.

2.2.7 Wisatawan Mancanegara

Wisatawan mancanegara sesuai menurut *United Nation World Tourism Organization* (UNWTO) adalah setiap orang yang melakukan perjalanan ke suatu negara di luar negara tempat tinggalnya, kurang dari satu tahun, didorong oleh suatu tujuan utama (bisnis, berlibur, atau tujuan pribadi lainnya), selain untuk bekerja dengan penduduk negara yang dikunjungi. Definisi ini mencakup dua kategori tamu mancanegara, yaitu

a. Wisatawan adalah setiap wisatawan sebagaimana dimaksud di atas, yang tinggal di suatu tempat kunjungan sekurang-kurangnya 24 jam, tetapi tidak lebih dari 12 (dua belas) bulan, dan bermaksud berkunjung, meliputi:

1. Pribadi: liburan, rekreasi, mengunjungi kerabat dan teman, studi atau pelatihan, kesehatan olahraga, agama, belanja, transportasi, dan lain-lain.
 2. Bisnis dan Profesional: Menghadiri konferensi, konferensi atau konvensi, pameran dagang, konser, pertunjukan, dan lain-lain.
- b. Pelancong (*excursors*) adalah salah satu dari wisatawan tersebut di atas (termasuk penumpang kapal pesiar, yaitu setiap wisatawan yang tiba di suatu negara dengan kapal atau kereta api yang tidak menginap di akomodasi yang tersedia di negara tersebut).

2.3 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

| No | Nama Penulis dan Tahun | Judul | Metodologi, Teori, dan Hasil | Perbedaan | Keterangan |
|----|---|--|--|---|---|
| 1 | Gayatri Atmadi, Nurul Robbi Sepang 2018 | Media dan kebutuhan informasi pariwisata Indonesia | <i>Mixed methods</i> , Menyimpulkan bahwa media online menjadi pilihan untuk memperoleh informasi pariwisata karena mudah di akses dan praktis. Website detiktravel merupakan media yang paling banyak dicari oleh narasumber yang dapat memenuhi kebutuhan informasi pariwisata Indonesia. Bukan hanya detiktravel, website travelkompas.com serta inspirasi perjalanan yahoo Indonesia juga banyak di akses oleh khalayak untuk mengetahui informasi pariwisata di Indonesia. Media digital banyak diminati oleh khalayak karna bersifat praktis dan efisien, kebiasaan mengkonsumsi media digital bagi para pekerja di Jakarta banyak dilakukan pada malam hari sesampainya di rumah setelah bekerja. | Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan ialah terletak pada jenis media onlinenya | Jurnal Nasional Nama Jurnal: <i>Journal of Tourism and creativity</i> ISSN: 2549-483x |
| 2 | Nurjanah | Pemanfaatan Media Sosial Masyarakat Sadar Wisata Dalam Mempromosikan Potensi | Menyimpulkan bahwa berbagai media sosial dapat digunakan untuk meningkatkan potensi wisata daerah kecamatan | Perbedaannya dengan penelitian yang penulis lakukan | Jurnal Nasional |

| | | | | | |
|---|---------------------|--|---|---|--|
| | | Wisata Baru | Banten. Media sosial yang banyak digunakan dalam promosi pariwisata yaitu facebook, instagram, whatsApp. Penggunaan media sosial banyak memberikan dampak dan manfaat serta keuntungan bagi masyarakat dan pemerintah setempat. Media sosial dapat membantu dalam promosi pariwisata baru didaerah yang belum banyak di kenal oleh masyarakat luas. Manfaatnya antara lain dapat mempermudah penyebaran informasi kawasan wisata, dan mampu menarik perhatian pengguna lain dengan menggunakan fungsi pemilik media sosial tersebut | ialah penulis mengambil website sebagai medianya sedangkan penelitiannya ini menggunakan media sosial | |
| 3 | Elfie Mingkid: 2015 | Penggunaan media komunikasi promosi pariwisata oleh pemerintah kota Manado | Deskriptif Kualitatif, Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Elfie Mengangkat judul Penggunaan media komunikasi promosi pariwisata oleh pemerintah kota Manado, pada tahun 2015, | Perbedaan dengan penelitian yang penulis lakukan terdapat pada objek penelitian | Jurnal Nasional Nama Jurnal: Media Communications, |

| | | | | | |
|---|-------------|---|--|---|-----------------------|
| | | | <p>kesimpilannya penggunaan media dalam kegiatan promosi pariwisata memberikan hasil yang kurang memuaskan.</p> <p>Dikarenakan beberapa factor diantaranya yaitu keterbatasan dana operasional, sistem jaringan sering mengalami kendala, dan struktur organisasi tidak memiliki pegawai dengan jangka waktu panjang, kurangnya pengetahuan professional dibidang teknologi informasi dan desain grafis, serta sarana dan prasarana perkantoran yang kurang memadai.</p> | | Promotion, Tourism |
| 4 | Dian Sativa | Media Online dan Pemenuhan Kebutuhan Infortmasi (Studi Korelasi Antara Aktivitas Menggunakan Media Online Kompas.com dengan Pemenuhan | Hasil penelitian menunjukkan hasil analisis antara aktivitas mahasiswa komunikasi FISIP UNS angkatan 2008 menggunakan media online kompas.com (variabel x) dan pemenuhan kebutuhan informasi (variabel y). Terlihat | Perbedaan penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang penulis lakukan ialah peneliti meneliti bidang pariwisata sedangkan penelitian ini meneliti | Jurnal Nasional |

| | | | | | |
|---|---------------------------------|---|--|---|--|
| | | <p>Kebutuhan Informasi DiKalangan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Swadana Transfer Angkatan 2008 FISIP UNS)</p> | <p>dari hasil tersebut, t hitung lebih besar dari t tabel, yaitu $3,579 > 1,697$ dan $3,579 > 1,684$. Jadi kedua variabel ini memiliki hubungan yang signifikan. Sementara itu, hasil analisis data motivasi mahasiswa komunikasi swadana FISIP UNS menggunakan media online kompas.com (variabel z) dan aktivitas pengguna media online (variabel x) tahun 2008. $2.513 > 1.684$. Jadi kedua variabel memiliki hubungan yang signifikan</p> | <p>tentang mahasiswa sebagai objeknya</p> | |
| 5 | Herru Prasetya widodo, ardianto | <p>pemanfaatana media sosil oleh dinas pariwisata dan kebudayaan</p> | <p>Metode penelitian kualitatif, Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial Instagram oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Malang</p> | <p>Perbedaan penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu objek penelitian</p> | |

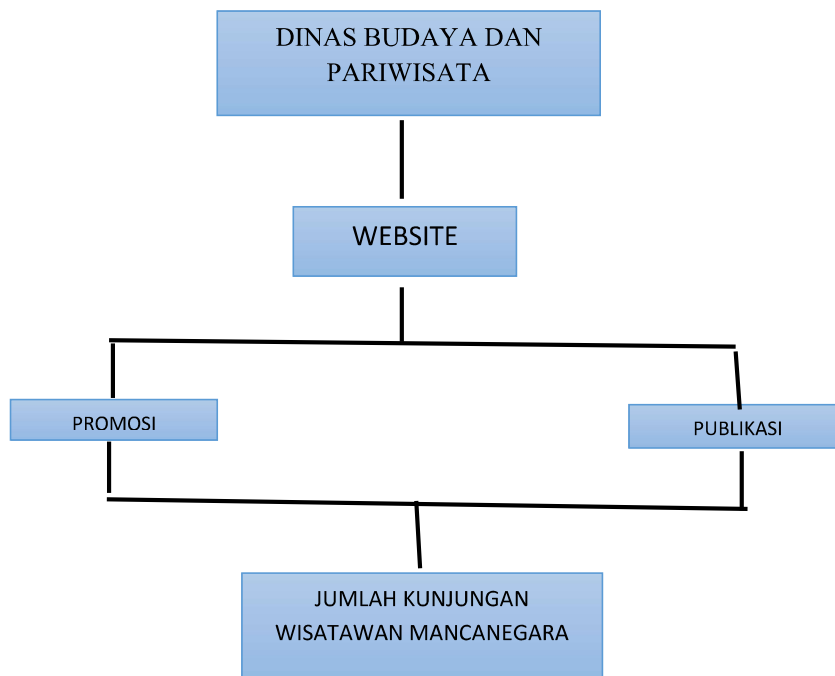
| | | | | | |
|--|--|--|---|-------------------------------------|--|
| | | Kabupaten Malang dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan di Kabupaten Malang | sangat membantu dalam meningkatkan jumlah wisatawan ke Kabupaten Malang. Dengan memfokuskan pada beberapa faktor yang mempengaruhi efektifitas pesan yang disampaikan melalui media sosial Instagram @disparbudkabmalang. Kuncinya adalah konten foto dan video menarik, mudah dipahami, akurat, direkomendasikan sesuai kebutuhan audiens dan mendapat respon yang baik. Tentu saja ada beberapa kendala dalam menggunakan media sosial sebagai forum untuk menyebarkan informasi perjalanan. Kendala yang dihadapi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Malang dalam memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan jumlah wisatawan ke Kabupaten Malang | nya serta kota tempat penelitiannya | |
|--|--|--|---|-------------------------------------|--|

| | | | | | |
|---|--|---|---|--|--|
| | | | adalah kurangnya SDM yang berdedikasi untuk mengisi konten media sosial. (Widodo 2020) | | |
| 6 | Ilham Syaban, Norma N Mewengkang, Anthonius golung | Peran pengguna website sebagai media informasi dinas pariwisata Kabupaten Halmahera Utara | Penggunaan website www.halmaherautarakab.go.id sebagai sarana informasi wisata daerah tidak terlalu berfungsi sebagai media informasi di Dinas Pariwisata Kabupaten Halmahera Utara karena berbagai kendala seperti kurangnya staf. Biro pariwisata dengan kemampuan pengelolaan sistem informasi website, baik itu desain website, menu tampilan maupun menu tampilan informasi. Dan website tersebut tidak dikelola oleh Kementerian Pariwisata, melainkan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2) Sedikitnya informasi wisata membuat wisatawan lebih mau mencari informasi di media lain selain website www.halmaherautarakab.go.id (Syaban, Mewengkang, dan | | |

| | | | | | |
|---|---|---|--|--|--|
| | | | Golung 2018) | | |
| 7 | Yunice Zevanya Surentu, Desie M.D. Warouw, Meiske Rembang | Pentingnya website sebagai media informasi destinasi wisata di dinas kebudayaan dan pariwisata Kabupaten Minahasa | Kualitatif, Website merupakan media informasi yang menjamin promosi pariwisata di Mikasa, dan sangat penting untuk promosi perkembangan pariwisata. Penggunaan smartphone kini telah menjadi bagian dari aktivitas sehari-hari masyarakat, membuat informasi perjalanan di kawasan ini semakin mudah diakses oleh semua orang. Meskipun demikian, penggunaan website di kalangan subjek penelitian saat ini dinilai masih kurang optimal, karena masih terdapat kekurangan konten pada website yang ada. Semoga kedepannya semakin banyak pengembangan konten yang kreatif untuk menambah fungsionalitas dan manfaat (Surentu, Warouw, dan Rembang 2020) | | |

2.4 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual atau kerangka pemikiran merupakan suatu gambaran atau alur pemikiran untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini. Penelitian ini dimulai dari dinas kebudayaan dan pariwisata Kota Batam yang memanfaatkan website sebagai media dalam promosi dan menyebar luaskan informasi pariwisata Kota Batam. Penelitian ini menggunakan konsep *new media* (media baru) untuk menjawab permasalahan yang ada. Kerangka pemikiran secara ringkas dapat dilihat pada bagan 2.1 di bawah ini.



Bagan 2. 1 Kerngka Konseptual