

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Menurut UU No.10 tahun 2009 tentang Kepariwisata, yang dimaksud dengan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan Masyarakat, Pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah. Saat ini di Negara Indonesia sedang mengembangkan berbagai macam sektor penunjang ekonomi negara, khususnya pada bidang kepariwisataan dikarenakan bidang ini sangat di harapkan dapat menghasilkan devisa negara tertinggi setelah sektor penunjang perekonomian lainnya yang ada di Indonesia, hal ini bisa ditunjukkan bahwasannya sektor pariwisata selalu masuk dalam kategori 5 besar penunjang perekonomian negara pada tahun 2014 (Minyak & Gas Bumi, Batu bara, Minyak kelapa sawit, Pariwisata, Pakaian jadi) (Sumber Kementerian Pariwisata,2019) di ikuti menurut sumber informasi yang diambil dari beberapa media berita online seperti Tribun News, menurut berita dari Tribun News “Devisa yang disumbangkan dari sektor pariwisata Indonesia tahun 2018 tembus USD 19.29 Miliar. Hampir saja menembus target USD 20 Miliar yang dicanangkan Presiden Jokowi tahun ini, 2019. Pemerintah juga mempunya strategi dan sasaran untuk meningkatkan sektor kepariwisataan yang ada di Indonesia dan juga menjelaskan pencapaian apa saja yang telah dicapai pada tahun 2014 hingga sasaran yang akan dicapai pada tahun 2019.

Tabel 1.1 Sasaran pembangunan pariwisata 2015-2019 oleh Kementerian Perencanaan

Uraian Sasaran		Baseline 2014 *)	2019
1.	Kontribusi terhadap PDB Nasional	4,0 %	9,2 %
2.	Wisatawan Mancanegara (Orang)	9,3 juta	20,0 juta
3.	Wisatawan Nusantara (Kunjungan)	251 juta	275 juta
4.	Devisa (Milliar USD)	10,69	20

Pembangunan Nasional/ Bapenas

, (Sumber : Rencana Strategis Pengembangan Destinasi Dan Industri Pariwisata Tahun 2015-2019
Kementerian Pariwisata)

Pada tabel ini dijelaskan pada tahun 2014 bahwa jumlah pencapaian kontribusi wisata terhadap PDB Nasional adalah 4% dengan kunjungan wisatawan asing 9,3 juta jiwa dan wisatawan domestik 251 juta jiwa dan perolehan devisa 10,69 Miliar USD, sedangkan data pada tahun 2019 adalah olahan data yang diambil pada tahun 2018 yang dimana perolehan kontribusi pariwisata terhadap PDB Nasional 2019 adalah 9,2 % (meningkat 5,2%), dengan kunjungan wisatawan asing 20 juta jiwa (meningkat 10,7 juta jiwa) dan wisatawan domestik 275 juta jiwa (meningkat 24 juta jiwa) dan perolehan devisa 20 Milliar USD (meningkat 9,31 Milliar USD).

Pada Tahun 2019 Pemerintah menargetkan devisa pada sektor pariwisata yaitu sebesar US\$ 17,6 Miliar atau setara dengan Rp 246 Triliun, Target ini juga diikuti dengan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara yang datang ke Negara Indonesia, ‘Tutur Perry Warjiyo selaku Gubernur Bank Indonesia’. Dikarenakan hampir seluruh aktivitas kita kesehariannya dibantu oleh *platform* digital, terutama pada sektor Kepariwisata, dengan adanya *platform* digital ini sangat membantu Negara Indonesia dalam meningkatkan devisa negara karena salah satu

platform digital ini adalah Media Sosial yang dimana secara langsung ataupun tidak langsung baik wisatawan domestik ataupun mancanegara pada umumnya telah menggunakan media sosial mereka pribadi untuk mempromosikan tempat wisata yang mereka kunjungi baik secara langsung ataupun tidak langsung yang berarti social media adalah platform digital paling mudah dalam melakukan branding pariwisata dalam negeri, apalagi pengguna platform digital ini mayoritas digunakan oleh anak muda atau yang biasa disebut generasi *Milennial*, Termasuk dari lingkup para pelajar ataupun mahasiswa, yang dimana mereka pada saat ini selalu aktif pada Media Sosial ini baik pada saat berlibur/ bersenang – senang atau melakukan aktivitas keseharian mereka.

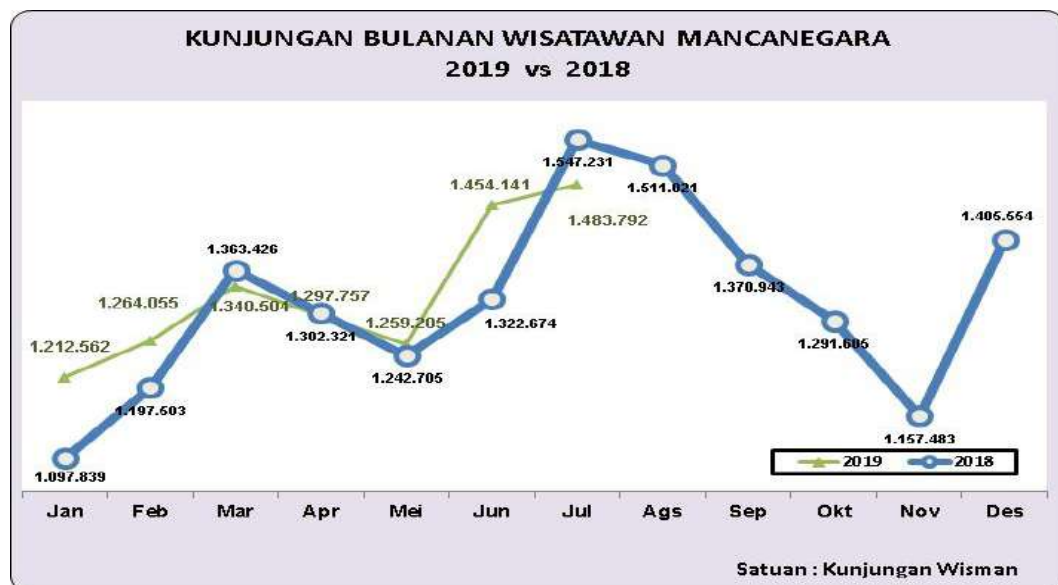
Perkembangan dunia kepariwisataan tidak luput dari kontribusi berbagai macam aspek seperti Atraksi, Aksesibilitas, dan Amenitas yang menjadi strategi pengembangan produk wisata tahun 2018 oleh Kementerian Pariwisata (Sumber: www.kemenpar.go.id). Dan perkembangan ini tidak hanya terjadi pada negara Indonesia saja tetapi seluruh dunia juga memiliki sektor kepariwisataannya yang sedang mereka kembangkan sendiri. Oleh karena itu didirikannya UNWTO yaitu *United Nation World Tourism Organization* Sebagai organisasi internasional terkemuka di bidang pariwisata, UNWTO sendiri bertugas untuk mempromosikan pariwisata sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi, Pengembangan inklusif dan kelestarian lingkungan dan menawarkan kepemimpinan dan dukungan kepada sektor ini dalam memajukan pengetahuan dan kebijakan dalam bidang pariwisata di seluruh dunia. UNWTO sendiri juga selalu *update* seputar perkembangan kepariwisataan secara global/internasional dari tahun ke tahun atau secara berkala dalam bentuk publikasi yang selalu mereka tampilkan di *website* mereka.

Menurut UNWTO perkembangan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara secara global meningkat 4% mulai dari bulan Januari hingga Juni 2019 (*overnight visitors*/Pengunjung menginap) dan perkembangan kunjungan turis mancanegara tertinggi ada pada Asia Tengah meningkat sekitar (+8%) dan Asia Pasifik (+6%), disusul oleh Eropa, Afrika lalu Amerika. Menurut UNWTO dorongan perkembangan kedatangan wisatawan ini dikarenakan oleh perekonomian suatu wilayah atau negara yang kuat, Perjalanan udara yang terjangkau, konektivitas udara, dan fasilitas visa. Namun walau perkembangan yang baik ini tetap memiliki beberapa ancaman seperti indikator ekonomi yang lemah, bersinggungannya ekonomi dagang dan teknologi, dan meningkatnya tantangan geopolitik. Yang berdampak kepada kepercayaan bisnis dan konsumen yang ada di bidang kepariwisataan.

Saat ini Indonesia memiliki berbagai macam obyek wisata yang diunggulkan dan baik itu dikenal masyarakat Indonesia sendiri ataupun turis asing. Kementerian Pariwisata pada tahun 2018 telah memaparkan bahwasannya negara Indonesia memiliki obyek wisata unggulan/prioritas seperti Danau Toba, Tanjung Kelayang, Tanjung Lesung, Kepulauan Seribu, Candi Borobudur, Taman Nasional Bromo Tengger Semeru, Mandalika, Labuan Bajo, Taman Nasional Wakatobi, dan Kepulauan Morotai. Tidak sedikit Wisatawan Asing mau menyempatkan waktu untuk pergi berlibur ke Negara Indonesia, ini bisa jadi dikarenakan promosi yang dilakukan pemerintah ataupun promosi yang dilakukan oleh masyarakat lokal. Oleh karena itu hal ini diharapkan dapat menjadi pendongkrak dalam meningkatkan daya tarik pariwisata, Selain obyek wisatanya baik masyarakat atau pemerintah di Indonesia juga meningkatkan kualitas

akomodasi dan transportasinya demi menunjang dan meningkatkan kualitas kepariwisataan negara. Karena itu semua Masyarakat Indonesia sangat berkontribusi dalam menambah pemasukan negara sektor pariwisata, Dengan ikut berkunjung ke berbagai tempat wisata di dalam negeri (Wisatawan Nusantara) dan juga memanfaatkan fasilitas yang telah dibuat dan disediakan baik pemerintah ataupun masyarakat sebagai alat penunjang selain obyek wisata tersebut (Hotel, Restoran, Tempat Ibadah, Transportasi, Akses Jalan, dsb).

Dengan adanya usaha pemerintah dan masyarakat yang ikut berkontribusi dalam perkembangan pariwisata di Indonesia maka dari itu terjadinya perkembangan yang signifikan pada jumlah kunjungan wisatawan terutama wisatawan asing yang berkunjung ke Negara Indonesia pada tahun 2018, lalu



meningkat pada tahun 2019/bulan Juli.

**Grafik 1.1 Perbandingan Kunjungan Wisatawan Mancanegara (Wisman)
pada tahun 2018 & 2019 (Sumber : www.kemenpar.go.id)**

Pada Grafik 1.1, data yang diambil dari kunjungan wisatawan asing yang datang ke Negara Indonesia melalui transportasi udara lalu turun di beberapa bandara internasional di Indonesia seperti Ngurah Rai (Bali), Soekarno-Hatta (Banten), Juanda (Surabaya), Kualanamu (Sumatera Utara), Husain Sastranegara (Jawa Barat), Adisucipto (DIY), dan sebagainya.

Bisa dilihat pada Grafik 1.1 yang didata oleh Kemenpar secara berkala, data kunjungan wisatawan asing pada tahun 2018 bulan Januari hingga Maret meningkat secara signifikan lalu turun kembali pada bulan April dan Mei, kemudian kunjungan meningkat kembali pada bulan Juni dan Juli dan turun lagi secara berturut-turut (Agustus, September, Oktober, November), dan akhirnya meningkat kembali secara signifikan pada bulan Desember, karena pada bulan ini termasuk dalam bulan *High Season* dalam berlibur. Selanjutnya pada tahun 2019 mulai pada bulan Januari mendapat peningkatan daripada Bulan Januari 2018 yaitu selisih sebanyak 114.723 kunjungan wisatawan asing yang masuk ke Negara Indonesia, pola naik turunnya kunjungan wisatawan mancanegara ini tidak jauh berbeda dengan tahun 2018 tetapi jumlah kunjungan yang ada pada bulan Januari hingga Juli tahun 2019 meningkat daripada bulan Januari hingga Juli 2018.

Tidak hanya wisatawan mancanegara saja yang diperhatikan dan terdata oleh pemerintah, namun wisatawan domestik pun juga ikut berkontribusi dan menyumbang jumlah kunjungan yang sangat banyak bahkan total berpergian dan pengeluaran yang dibuat oleh wisatawan domestik tiap tahunnya berkembang (2002 – 2018). Hal ini dapat disimpulkan masyarakat Indonesia masih menyukai dan menjadikan negara sendiri sebagai pilihan untuk berlibur atau berkunjung dan

masih mau untuk mengeluarkan uang untuk mengunjungi suatu tempat di negara sendiri.



Grafik 1.2 jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara (Wisnus) dan Total Pengeluaran Tahun 2002-2018 (sumber : WWW.BPS.GO.ID)

Pada Grafik 1.2 memperlihatkan perkembangan jumlah perjalanan dan juga total pengeluaran sektor pariwisata di Negara Indonesia dari tahun ke tahun dalam rangka melakukan perjalanan yang dilakukan wisatawan nusantara selama kurun waktu lima belas tahun terakhir. Pola perkembangan wisatawan nusantara dilihat dari indikator jumlah perjalanan dan total pengeluaran menunjukkan pola positif yang cenderung terus meningkat. Dalam kurun waktu lima tahun ini saja, dari tahun 2013 s/d 2018, Berdasarkan hasil dari data terkait yang diambil oleh BPS jumlah perjalanan telah meningkat sebesar 21,34 persen dan total pengeluaran wisatawan nusantara juga meningkat sebesar 63,64 persen sebelum memperhitungkan perkembangan inflasi.

Media sosial secara garis besar diartikan sebagai media atau alat yang difungsikan untuk berinteraksi sosial di dunia maya, dan penggunaan Media sosial ini disertai dengan penggunaan internet sebagai penghantar agar terhubungnya media sosial. Penggunaan *platform digital* berupa Media sosial ini telah digunakan oleh semua kalangan masyarakat, dikarenakan penggunaan social media untuk saat ini tidak hanya digunakan untuk fasilitas hiburan semata, Namun sekarang penggunaan social media bisa difungsikan untuk mencari informasi atau berita, dan juga bisa juga sebagai fasilitas penunjang dalam berbisnis secara *online*. Banyak sekali aplikasi Media Sosial yang digunakan masyarakat di Indonesia seperti, *Line, Instagram, Facebook, Twitter, Blog, Youtube, dll*. Alasan *Platform* ini diminati oleh banyak orang karena cara pemakaiannya yang mudah membuat semua kalangan masyarakat dapat menggunakannya, Penggunaanya pun juga bervariasi baik dari anak – anak hingga orang lanjut usia, baik pelajar hingga pekerja juga menggunakan media social dengan penggunaan yang bervariasi pula. *Platform* ini

pun dapat digunakan dengan *smartphone* ataupun komputer/Laptop (Komputer jinjing).

Pada Media sosial sendiri masih dibagi menjadi 2 jenis lagi yaitu Media sosial *messenger* atau bisa disebut media sosial khusus untuk *chatting* atau aplikasi saling berkirim pesan di dunia maya, Contohnya adalah Whatsapp, Line, BBM, Yahoo mail, Gmail dan yang kedua adalah media sosial untuk informasi dan hiburan, yang dimana media sosial ini memiliki tampilan yang lebih kompleks karena memiliki berbagai macam keunggulan lebih dari media sosial messenger biasa karena media sosial informasi dan hiburan ini memiliki fitur seperti berita

Statistik Populasi & Digital Secara Global Tahun 2019				
No	Data	Jumlah (Milyar)	Peningkatan (dari tahun 2018)	Jumlah (Setelah Peningkatan)
1	Total Populasi Manusia	7.676	1.1 %	+84 Juta jiwa
2	Pengguna Hanphone unik	5.112	2.0 %	+100 Juta Pengguma
3	Pengguna Internet	4.388	9.1 %	+367 Juta Pengguna
4	Pengguna Media Sosial aktif	3.484	9.0 %	+288 Juta Pengguna
5	Pengguna Media Sosial Hanphone	3.256	10 %	+297 Juta Pengguna

online, foto atau video dan ada beberapa media sosial yang bisa menampilkan beberapa kejadian atau peristiwa secara langsung seperti layaknya Televisi, contohnya Instagram, Facebook, Youtube, Google, dsb.

Tabel 1.2 Statistik populasi dan digital oleh Hootsuite & we are social/ Januari 2019

(Sumber : www.datareportal.com)

Menurut *Hootsuite* dan *wearesocial* yang mengolah data dari PBB, Jumlah populasi Manusia secara global adalah sekitar 7,676 milyar/januari 2019. dengan penggunaan Media Sosial aktif secara global berkisar 3.484 Milyar jiwa dan pengguna Media Sosial aktif dengan *smartphone* berkisar 3.256 milyar jiwa. Sejak januari 2018 hingga januari 2019 jumlah pengguna internet maupun media sosial meningkat sekitar 9%, Hal ini menandakan bahwa teknologi ini sangat digemari dan diunggulkan oleh kebanyakan masyarakat karena cara pemakaian yang mudah dan semua kalangan masyarakat dapat menggunakannya . Beberapa Media Sosial hiburan dan informasi yang digemari masyarakat secara global menurut *Hootsuite* adalah *Facebook* (2.271) juta jiwa pengguna, *Youtube* (1.900) juta jiwa pengguna, *Instagram* (1.000) juta jiwa pengguna. Data ini didapat berdasarkan laporan tahunan perusahaan media sosial bersangkutan yang telah

diolah oleh *wearesocial* yang dimana perusahaan ini menghitung data yang dibuat dari melacak server/akun yang aktif setiap bulannya. Dari berbagai macam masyarakat yang menggunakan Media sosial, sebagian penggunanya adalah dari golongan anak muda yang dimana menyumbang jumlah pemakai sosial media sebanyak 34% pengguna, yang dimana 7% penggunaannya adalah golongan berusia 13-17 tahun, Dan golongan berusia 18-24 tahun sebanyak 27% pengguna.

Di Indonesia sendiri masyarakatnya tergolong aktif dalam menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari – hari, dan juga masyarakat indonesia juga tergolong melek teknologi yang dimana mereka bisa mengakses berbagai macam social media baik dari Handphone ataupun dari laptop, dan juga karena melek internet ini membuat masyarakat indonesia dari berbagai umur bisa menggunakannya. Menurut Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional (BAPENAS) jumlah populasi masyarakat Indonesia saat ini sekitar 267 juta jiwa yang datanya di *update* pada tahun 2018. Dalam hal ini jumlah pengguna media sosial aktif berdasarkan populasi yang ada adalah 56% dan pengguna media sosial aktif dengan hanphone berdasar populasi adalah 48%, Pengguna alat yang digunakan masyarakat indonesia untuk mengakses media sosial adalah Smartphone(60 %),Laptop (22%), dan Tablet Pc (8%) (*sumber :www.datreportal.com*) . Masyarakat indonesia pun tergolong penduduk yang aktif menggunakan media sosial dengan rata rata pemakaian 3 jam 26 menit per harinya melalui media elektronik apapun. Adapun Media sosial yang sering dikunjungi masyarakat di Indonesia antara lain : Youtube (88%), Whatsapp (83%), Facebook (81%), Instagram (80%), LINE (59%), Twitter (52%).

Karena di Indonesia banyak sekali masyarakat yang menggunakan media sosial, maka dari itu *wearesocial* memetakan hal tersebut berdasarkan media sosial yang dipakai (Facebook, Instagram, FB Messenger), dan karena juga penulis memfokuskan data ini terhadap mahasiswa, maka dari itu penulis melampirkan data media sosial yang dipakai berdasar umur dan jenis kelamin, Diantaranya adalah umur dari mahasiswa pada umumnya 15 – 19 Tahun (91%), 20 – 24 Tahun (88.5%)

Dapat disimpulkan total jumlah pemakai media sosial berdasar umur mahasiswa dapat disimpulkan yang berarti hampir semuanya melek akan teknologi terkini dan aktif pada media sosial, Menurut Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII) alasan masyarakat Indonesia menggunakan Internet beraneka ragam, contohnya menggunakan media sosial untuk berkomunikasi lewat pesan online (24.7%), Media Sosial (18.9%), Mengisi Waktu luang (6,5%), Mencari Informasi Produk (2.8%), Dan sebagainya. (Sumber: www.apjii.or.id)

Menurut Peneliti sendiri sebagai mahasiswa, Alasan lain mahasiswa pada umumnya lebih menggunakan media sosial dalam mencari informasi karena lebih mudah dan lebih cepat, dan juga tampilan yang disuguhkan media sosial lebih atraktif yang membuat tidak jenuh ketika menggunakannya, dan juga media sosial dapat memiliki informasi yang bersifat aktual (terkini). Terutama informasi wisata yang ada pada Media Sosial, Contohnya pada media sosial *Instagram* yang dimana banyak informasi baik tempat ataupun suatu produk wisata yang menampilkan foto aslinya dan informasi secara detail mengenai hal tersebut, dan juga di Instagram sendiri masyarakat juga bisa menampilkan video secara langsung di akun instagramnya masing - masing agar masyarakat yang

mengunjungi akun tersebut bisa melihat keadaan secara langsung informasi yang dicarinya tersebut.

Seperti akun instagram *hvtrip* (akun trip wisata kepulauan derawan), di akun ini mereka menampilkan objek wisata yang ada ditempat itu dan yang mereka suguhkan, dan apa saja yang bisa dilakukan ditempat ini, dan juga mereka memberikan informasi berupa rute ke lokasi mereka, harga paket wisatanya, dan dokumentasi yang mereka buat selama di objek tersebut, terkadang mereka juga menampilkan video live pada saat membawa wisatawan sebagai bentuk promosi ataupun kondisi tempat tersebut secara langsung. Dan alasan lainnya yang membuat mahasiswa di era abad 21 ini menggunakan media sosial karena faktor dari *trend* dan tidak ingin tertinggal mengenai informasi atau berita yang ada di media sosial, karena saat ini walau berita yang kadang di unggah di media sosial ada yang tidak kredible atau bisa jadi *Hoaks* tetapi selalu *update* lebih cepat daripada media berita di radio, televisi ataupun koran.

Hampir kebanyakan saat ini informasi bisa kita dapatkan di media sosial, itu sebabnya pada kalangan pelajar, khususnya pada mahasiswa saat ini lebih menggunakan media sosial sebagai acuan dalam mencari informasi terutama informasi wisata, walaupun tak jarang juga ada beberapa yang masih mencari informasi tersebut di aplikasi travel online (traveloka, Agoda, Pegipegi, dsb) atau mencari informasi tersebut di Biro perjalanan Wisata/Travel Agent. Menurut Puntoadi (2011:19) salah satu keunggulan dari media sosial yaitu “*Fantastic marketing result through social media. People don't watch TV's anymore, they watch their mobile phones*”. Fenomena dimana cara hidup masyarakat saat ini cenderung lebih memanfaatkan telepon genggam mereka yang sudah terkenal

dengan sebutan “smartphones”. Dengan *smartphone*, kita dapat melihat berbagai informasi.”

Pada akhirnya Teknologi Informasi saat ini sangat berkontribusi untuk berbagai macam aspek seperti informasi, Hiburan, ataupun berbisnis, Oleh karena itu Media Sosial bisa disebut jembatan dalam menghubungkan manusia secara global dan juga terhadap berbagai macam aktivitas dan juga media sosial sudah bukan menjadi barang yang khusus untuk orang dewasa saja ataupun barang mahal, tetapi saat ini semua orang telah memakai media sosial baik dari orang dewasa, Pelajar, Anak-anak, Lansia, ataupun Mahasiswa karena pemakaian yang tergolong mudah dan murah. Dan Media sosial saat ini sangat berguna untuk bidang kepariwisataan yang dimana berkontribusi baik dalam hal promosi ataupun media informasi, ini juga membuat pemerintah khususnya Kementerian Pariwisata juga memanfaatkan peluang yang sangat besar yang bisa dimanfaatkan pada media sosial.

1.2 Permasalahan

1. Jenis Media sosial yang digunakan Mahasiswa sebagai sumber informasi pariwisata.
2. Bagaimana Peranan Media Sosial, Sebagai Media Informasi Pariwisata bagi Mahasiswa.

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan

1. Untuk mengetahui seberapa besar peranan media sosial sebagai media informasi wisata
2. Sebagai Literatur penelitian tentang hubungan Media Sosial bagi bidang kepariwisataan

1.3.2 Manfaat Penelitian

- a. Untuk peneliti

Untuk pengetahuan umum dan mendapatkan informasi terkait dalam hubungan timbal balik antara Media Sosial dan dunia Kepariwisataan

b. Manfaat bagi pembaca :

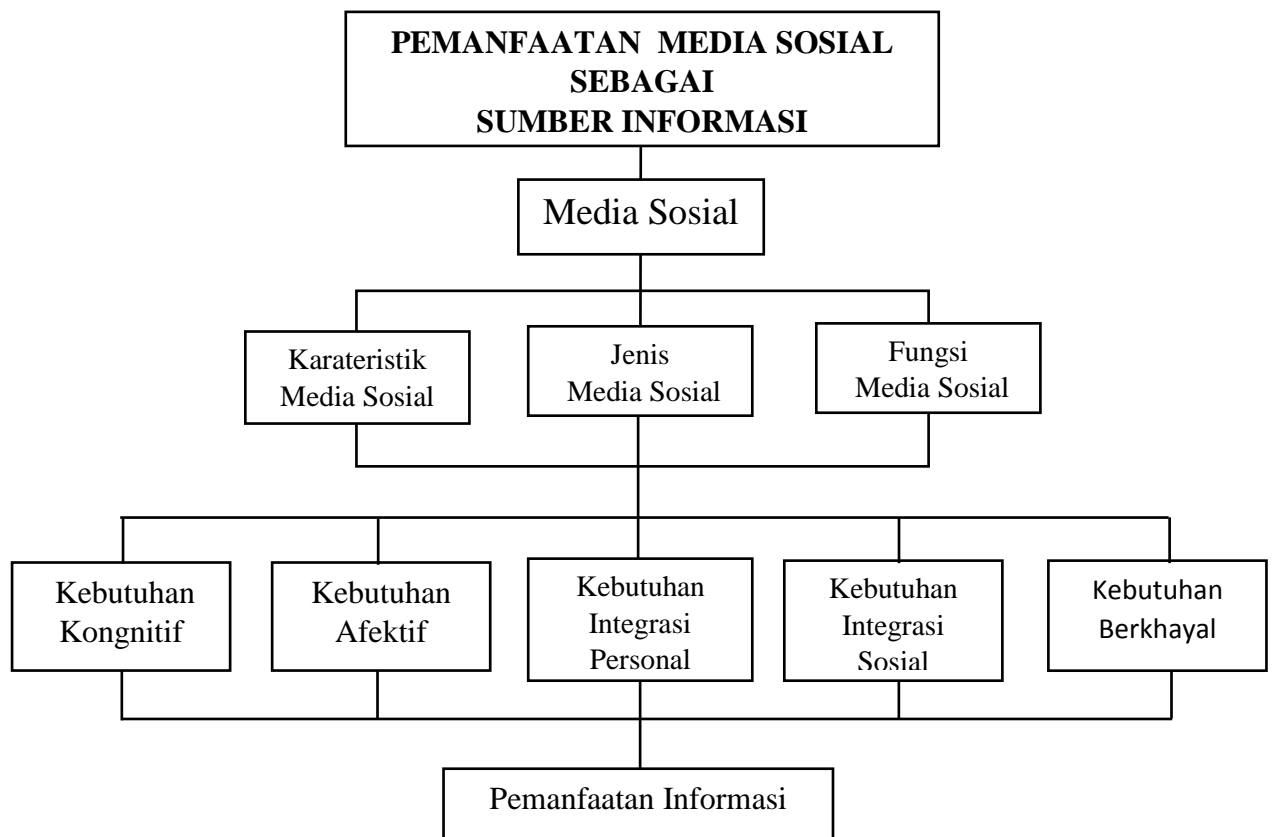
1. Sebagai bahan bacaan dan memberitahukan informasi untuk dilaksanakannya penelitian lanjutan .
2. Agar Pembaca dapat mengetahui informasi wisata seperti apa yang dicara mahasiswa pada media sosial, khususnya Mahasiswa D-III Pariwisata Universitas Airlangga.

c. Manfaat bagi mahasiswa D3 Kepariwisata :

1. Menjadikan referensi peneliti selanjutnya yang berkaitan tentang Pemanfaatan Media Sosial pada mahasiswa.
2. Menjadikan refrensi dalam pengerjaan Tugas Akhir.

1.4 Kerangka Pemikiran

Dalam menentukan permasalahan dan cara yang terbaik untuk mengambil keputusan maka terdapat pembahasan yang dijelaskan oleh landasan – landasan pemikiran atau teori – teori yang terdahulu untuk menentukan jawaban atas dari pertanyaan yang telah diungkapkan. Permasalahan yang diambil oleh peneliti sebagai penelitian yaitu berjudul Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sumber Informasi Pariwisata Di Kalangan Mahasiswa UNIVERSITAS AIRLANGGA, permasalahan ini dibuat dalam suatu bentuk kerangka pemikiran yang telah peneliti sajikan sebagi berikut :

Bagan 1.4 Kerangka Pemikiran

Keberadaan suatu kerangka pemikiran sebagai landasan dalam penelitian sangatlah penting, karena kerangka pemikiran merupakan definisi yang dipakai oleh peneliti untuk menerangkan suatu fenomena yang ditemui seperti yang peneliti kemukakan dalam perumusan masalah bahwa penelitian ini mempertanyakan, terutama yang berkaitan dengan Pemanfaatan Media Sosial dalam kalangan mahasiswa, di Universitas Airlangga Surabaya. Dalam Pemanfaatan media sosial sebagai informasi pariwisata tersebut, Terdapat berbagai macam kebutuhan yang membuat mahasiswa untuk menggunakan media sosial. Dan untuk mengetahui karakteristik, Fungsi dan manfaat yang ada pad media sosial tersebut..

1.4.1 Media Sosial

Media Sosial adalah sebuah teknologi informasi yang fungsi dasarnya adalah saling berbagi informasi di dunia maya baik itu pesan ataupun telepon, tetapi dalam penggunaannya saat ini media sosial memiliki fungsi yang lebih kompleks seperti layanan berbagi foto atau video dan juga layanan untuk bisa berkomunikasi telepon ataupun telepon video.

Menurut Puncto Adi (2011:1), Media Sosial merupakan fitur berbasis website yang dapat membentuk jaringan serta memungkinkan orang – orang untuk berinteraksi dalam bentuk komunitas. Selain itu *Andreas Kaplan* dan *Michael Haenlein* mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun diatas dasar ideologi dan teknologi web 2.0 dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran *User Generated Content*.

Boyd dan Ellison (2008:11) Mendefinisikan situs jejaring sosial sebagai layanan berbasis web yang memungkinkan perorangan untuk membangun profil umum atau semi umum dalam satu sistem yang terbatas, menampilkan pengguna lainnya yang berkaitan dengan mereka, dan melihat – lihat dan mengamati daftar koneksi yang mereka miliki maupun daftar yang dibuat oleh pengguna lainnya dalam sistem tersebut. Penggunaan media sosial ini tentunya memiliki karakteristik dan jenisnya yang membuat media sosial itu memiliki sifat yang unik dari teknologi berbasis media lainnya. Seperti Karakteristik pada media sosial

menurut *Purnama (2011)* :

1. Jangkauan (*Reach*), Daya Jangkauan media sosial dari skala kecil hingga skala besar. Maksud dari karakteristik ini adalah Media sosial dapat dijangkau oleh siapapun dan dapat digunakan baik oleh satu orang ataupun orang banyak
2. Aksesibilitas (*Accessability*), Media sosial lebih mudah diakses oleh publik dengan biaya yang terjangkau. Yang berarti adalah Media sosial ini sifatnya dapat dimiliki secara umum dikarenakan biayanya yang terjangkau atau murah.
3. Penggunaan (*Usability*), Media sosial relatif mudah digunakan karena tidak memerlukan keterampilan dan pelatihan khusus. Karena desain yang dibuat pada media sosial saat ini sangat ramah dan mudah dimengerti diperuntukan semua masyarakat baik dari anak – anak hingga orang tua sekalipun
4. Aktualitas (*Immediacy*), Media sosial memancing respon khalayak masyarakat lebih cepat. Sifat pengiriman Media sosial ini sendiri sangat cepat bahkan terkadang informasi yang ada di media sosial lebih dahulu ada daripada yang ada di media cetak ataupun media televisi sekalipun.

5. Tetap (*Permanence*), Media Sosial dapat menggantikan komentar secara instan atau mudah melakukan proses pengeditan. Untuk saat ini Media sosial sudah memberikan fasilitas untuk pengeditan baik itu gambar atau tulisan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pemakai agar puas seperti apa yang diharapkannya dalam mengirim informasi di media Media Sosial.

Maka dari itu media sosial memiliki ciri ciri seperti jangkauan yang bisa diraih baik besar ataupun kecil ,dapat diakses oleh siapapun dengan biaya yang relatif murah, Penggunaannya yang mudah sehingga masyarakat yang ingin menggunakan teknologi ini tidak harus belajar dengan memakan waktu yang lama dan media sosial ini memiliki informasi yang *update* dan bisa dibuat oleh semua orang. Ada enam kategori besar dalam pembagian jenis media sosial ini menurut Nasrullah (2015:39) :

1. Sosial *Networking* , Aktivitas menggunakan berbagai fitur yang disediakan oleh situs tertentu untuk menjalin hubungan, interaksi dengan sesama. Seperti *Facebook, Twitter, Instagram, Youtube*.
2. Blog, adalah situs media sosial yang dimana kita dapat membuat konten atau informasi yang kita ketahui pada dunia maya dan kita dapat berinteraksi dengan orang – orang yang mengunjungi blog kita dan dapat saling berkomunikasi melalui kolom komentar

3. *Microblogging*, sama halnya dengan blog tetapi media ini memiliki ukuran yang lebih kecil daripada blog dan fasilitasnya lebih kompleks yang ada pada blog
4. Media Sharing, merupakan situs – situs media sharing, yang dimana orang – orang dapat menciptakan berbagai media atau konten dan mempublikasikannya dengan tujuan berbagi kepada orang lain. Seperti *Youtube dan Instagram*.
5. Sosial *Bookmarking* , adalah penanda khusus yang ada pada browser ataupun media sosial yang kita miliki, yang bertujuan untuk menandai link dan tag yang kita sukai dan dapat mensharingnya juga.
6. Wiki, adalah situs media online yang dimana memiliki karakteristik yang berbeda dari web *Wikipedia* yang merupakan situs *knowledge sharing* , seperti *Tribun Travel* atau *Detik Travel* yang hanya memfokuskan pada informasi kepariwisataan.

Dari enam jenis media sosial yang disebutkan tidak dapat dipungkiri media sosial memiliki peran dan fungsi yang besar terhadap masyarakat luas, hal ini juga dijelaskan oleh beberapa peneliti. Ada 3 fungsi dasar media sosial (Fahlepi 2017:16) :

- a. Media yang didesain untuk memperluas interaksi sosial manusia dengan internet dan teknologi web. Yang dimana media sosial ini dapat memperluas informasi yang dicari oleh masyarakat yang

menggunakannya dan juga bisa juga untuk menambah kemampuan pemakainya dalam menggunakan media sosial.

- b. Media Sosial berhasil mentransformasi praktik komunikasi searah media siaran dari satu institusi ke banyak *audience* (*One to many*) menjadi praktik komunikasi dialogis antar banyak *audience* (*many to many*). Dalam hal ini bisa diartikan media sosial memiliki kemampuan untuk menyebarkan informasi secara muda dan cepat walau penyebar informasi itu hanya dari satu orang saja tetapi secara bertahap informasi yang dikirimkan orang tersebut akan tersebar luas secara berantai.

Media Sosial mendukung demokratisasi pengetahuan dan informasi. Bisa disimpulkan dalam pernyataan ini bahwasannya media sosial membuat kita sebagai pihak penerima informasi bisa mendapat informasi secara jujur dan adil, Dan tanpa halangan orang lain.

1.4.2 Mahasiswa

Mahasiswa adalah seseorang yang sedang dalam proses menimba ilmu ataupun belajar dan terdaftar sedang menjalani pendidikan pada salah satu bentuk perguruan tinggi yang terdiri dari akademik, politeknik, sekolah tinggi, institut dan universitas (Hartaji, 2012: 5). Umumnya kegiatan dan aktivitas mahasiswa pada umumnya lebih sibuk daripada kalangan pelajar lainnya hal ini juga membuat mahasiswa sangat dimungkinkan akan merasa penat dan bisa saja stress dalam beraktivitas, Oleh karena itu sering kali disela jadwal perkuliahan

mahasiswa sering mengisi waktu luang untuk berlibur walau hanya dengan waktu yang singkat sekalipun, dikarenakan pada saat ini dalam mencari informasi serba mudah karena dibantunya manusia oleh teknologi terutama penggunaan teknologi ini sangat berguna terutama untuk kalangan mahasiswa dalam mencari informasi terkait, seperti di media sosial. Mencari informasi seputar pariwisata sekarangpun ada di media sosial seperti obyek wisata baik itu foto tempat atau harga masuknya, akomodasi, restoran, bahkan transportasi baik itu jenisnya atau harganya atau rute rutenya juga ada.

Menurut Yusuf (2012 :27) Mahasiswa adalah golongan pelajar yang menempuh pendidikan di perguruan tinggi, seseorang mahasiswa dikategorikan pada tahap perkembangan yang usiannya 18 sampai 25 tahun, tahap ini digolongkan pada masa remaja akhir sampai masa dewasa awal dan dilihat dari segi perkembangan, tugas perkembangan pada usia mahasiswa ini adalah pematangan pendirian hidup. Walau saat ini ada beberapa mahasiswa yang berusia kurang dari 18 tahun, tapi Umumnya umur seorang mahasiswa rata – rata adalah 18 tahun keatas.

Karena Faktor umur inilah yang menyebabkan mahasiswa memiliki ciri fisik dan pola pikir yang berbeda dengan golongan pelajar yang lain. Ciri – ciri perkembangan remaja lanjut atau remaja akhir (Usia 18 sampai 21 tahun), dapat dilihat dalam tugas – tugas perkembangan yaitu (Gunarsa 2001 : 129- 131) :

- a) Menerima keadaan fisiknya; perubahan fisiologis dan organis yang sedemikian hebat pada tahun-tahun sebelumnya, pada masa remaja akhir sudah lebih tenang. Struktur dan penampilan fisik sudah

menetap dan harus diterima sebagaimana adanya. Kekecewaan karena kondisi fisik tertentu tidak lagi mengganggu dan sedikit demi sedikit mulai menerima keadaannya.

- b) Memperoleh kebebasan emosional; masa remaja akhir sedang pada masa proses melepaskan diri dari ketergantungan secara emosional dari orang yang dekat dalam hidupnya (orangtua). Kehidupan emosi yang sebelumnya banyak mendominasi sikap dan tindakannya mulai terintegrasi dengan fungsi-fungsi lain sehingga lebih stabil dan lebih terkendali. Dia mampu mengungkapkan pendapat dan perasaannya dengan sikap yang sesuai dengan lingkungan dan kebebasan emosionalnya.
- c) Mampu bergaul; dia mulai mengembangkan kemampuan mengadakan hubungan sosial baik dengan teman sebaya maupun orang lain yang berbeda tingkat kematangan sosialnya. Dia mampu menyesuaikan dan memperlihatkan kemampuan bersosialisasi dalam tingkat kematangan sesuai dengan norma sosial yang ada.
- d) Menemukan model untuk identifikasi; dalam proses ke arah kematangan pribadi, tokoh identifikasi sering kali menjadi faktor penting, tanpa tokoh identifikasi timbul keaburan akan model yang ingin ditiru dan memberikan pengarahan bagaimana bertingkah laku dan bersikap sebaik-baiknya.
- e) Mengetahui dan menerima kemampuan sendiri; pengertian dan penilaian yang objektif mengenai keadaan diri sendiri mulai terpupuk. Kekurangan dan kegagalan yang bersumber pada

keadaan kemampuan tidak lagi mengganggu berfungsinya kepribadian dan menghambat prestasi yang ingin dicapai.

- f) Memperkuat penguasaan diri atas dasar skala nilai dan norma; nilai pribadi yang tadinya menjadi norma dalam melakukan sesuatu tindakan bergeser ke arah penyesuaian terhadap norma di luar dirinya. Baik yang berhubungan dengan nilai sosial ataupun nilai moral. Nilai pribadi adakalanya harus disesuaikan dengan nilai-nilai umum (positif) yang berlaku dilingkungannya.

Meninggalkan reaksi dan cara penyesuaian kekanak-kanakan; dunia remaja mulai ditinggalkan dan dihadapannya terbentang dunia dewasa yang akan dimasuki. Ketergantungan secara psikis mulai ditinggalkan dan ia mampu mengurus dan menentukan sendiri. Dapat dikatakan masa ini ialah masa persiapan ke arah tahapan perkembangan berikutnya yakni masa dewasa muda.

1.4.3 Informasi

Informasi merupakan data yang berasal dari fakta yang tercatat dan selanjutnya dilakukan pengolahan(proses) menjadi bentuk yang berguna atau bermanfaat bagi pemakainya. Menurut Davis yang dikutip oleh Abdul Kadir (2003:28) Informasi adalah data yang telah diolah menjadi sebuah bentuk yang berarti bagi penerimannya dan bermanfaat bagi pengambilan keputusan saat ini atau mendatang.

Kebutuhan informasi menurut Kulthau yang dikutip oleh Ishak (2006:91), bahwa kebutuhan informasi muncul akibat kesenjangan pengetahuan yang ada

dalam diri seseorang dengan kebutuhan informasi yang diperlukan. Selain Kulthau kebutuhan informasi menurut Krikelas yang dikutip oleh Ishak (2006:91) adalah kebutuhan informasi timbul ketika pengetahuan yang dimiliki seseorang kurang dari yang dibutuhkan, sehingga mendorong seseorang untuk mencari informasi.

Kebutuhan Informasi sendiri memiliki banyak jenisnya dan banyak ahli yang telah menjelaskan jenis jenis dari kebutuhan Informasi, Salah satunya adalah dari Katz yang dikutip oleh Yusup (2009:205) antara lain :

A. Kebutuhan Kognitif, adalah kebutuhan untuk memperkuat informasi, pengetahuan, dan pemahaman seseorang akan lingkungannya. Jadi pada dasarnya kebutuhan ini didasari oleh hasrat pada seseorang untuk mengetahui dan menguasai lingkungannya. Selain itu kebutuhan ini dapat memberi kepuasan atas hasrat keinginan dan pencarian informasi seseorang.

Contoh : dalam kehidupan sehari-hari, kita selalu merasa ingin tahu akan segala sesuatu yang pernah dan sedang terjadi. Pada kondisi tertentu itu juga sering ingin tahu apa yang bakal terjadi di masa yang akan datang.

B. Kebutuhan Afektif, adalah kebutuhan yang dikaitkan dengan penguatan estesis, hal yang dapat menyenangkan, dan pengalaman – pengalaman emosional. Afeksi dalam pembahasan ini dimaknai sebagai rasa penghargaan diri terhadap situasi, kondisi, waktu, lingkungan, dan orang lain. Sehingga, dimungkinkan kita dapat bersikap bijak dalam menghadapi beragamnya fenomena dan peristiwa. Serta diharapkan lebih santun dalam menggunakan

hasil teknologi informasi dan lebih sabar ketika sedang menelusuri informasi melalui internet.

Contoh, Masyarakat menggunakan *smartphone* untuk menggunakan media sosial karena mencari hiburan

C. Kebutuhan Integrasi Personal (*Personal Integrative needs*), dikaitkan dengan penguatan kredibilitas, kepercayaan stabilitas, dan status individu. Maksud dari kebutuhan ini adalah, Kebutuhan ini membuat Kita dapat tampil beda jika sedang menelusuri informasi melalui internet. Kemudian, kita merasa hebat karena memiliki informasi yang banyak yang awalnya hanya di dapat dari informasi secara manual ataupun *Online*.

D. Kebutuhan Integrasi Sosial (*Social Integrative Needs*), Dikaitkan dengan penguatan hubungan keluarga, teman, dan orang lain di Dunia. Kebutuhan ini didasari karena Hal ini terjadi hampir pada seluruh aspek kehidupan manusia memerlukan orang lain untuk turut membantu penyelesaiannya. Kita juga butuh berbagi informasi, pengalaman, dan perasaan dengan orang lain

Contoh, kita dapat berkomunikasi dengan berbagai orang di belahan dunia dengan fasilitas layanan *chatting, email, facebook, Instagram* bahkanpun *online game*.

E. Kebutuhan Berkhayal (*Escapist needs*), adalah kebutuhan yang dikaitkan dengan kebutuhan untuk melarikan diri, melepaskan ketegangan, dan hasrat mencari hiburan dan pengalihan. Kebutuhan ini akan terjadi apabila

seseorang tidak puas dengan informasi yang dia dapat lalu orang tersebut berusaha menggunakan imajinasinya untuk membayangkan informasi yang dia inginkan.

Contoh, Penggunaan Media Sosial Cukup dengan menggunakan peralatan teknologi komunikasi, interaksi itu dapat terjadi. Sehingga, ketika dulu orang berkhayal cukup dengan melamun, tetapi kini dengan bantuan teknologi informasi khususnya internet dan media sosial, orang dapat berkhayal dan berimajinasi sekehendak hati dalam mencari informasi yang ia inginkan.

1.5 Metodologi Penelitian

Penulis Menggunakan metode yang bersifat deskriptif, sedangkan metode pendekatannya adalah kuantitatif Tipe penelitian ini digunakan karena menyesuaikan dengan metode kuantitatif karena penulis menilai metode ini dapat menghasilkan jawaban yang beragam dengan jumlah yang banyak dengan waktu yang relatif singkat. Menurut Sugiyono (2017:15) Metode Kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

1.5.1 Batasan Konsep

Dalam judul Deskriptif Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sumber Informasi Pariwisata Di Kalangan Mahasiswa Universitas Airlangga maka penelitian menggunakan batasan konsep agar tidak terjadi kesalahan dalam pengertian atas judul tersebut.

1. Surabaya

Surabaya adalah kota yang terletak di Provinsi Jawa Timur, saat ini Surabaya termasuk dalam kota metropolitan di wilayah timur pulau Jawa dan menjadi tempat peneliti akan melakukan penelitian nantinya, yaitu di Universitas Airlangga Surabaya, Jawa Timur, sehingga penelitian ini akan dilaksanakan di kota Surabaya saja.

2. Informasi

Informasi merupakan data yang berasal dari fakta yang tercatat dan selanjutnya dilakukan pengolahan (proses) menjadi bentuk yang berguna atau bermanfaat bagi pemakainya. Menurut Davis yang dikutip oleh Abdul Kadir (2003:28) Informasi adalah data yang telah diolah menjadi sebuah bentuk yang berarti bagi penerimannya dan bermanfaat bagi pengambilan keputusan saat ini atau mendatang. Maka dari itu Peneliti hanya mencari informasi yang dibutuhkan kepada Subyek yang dimaksud peneliti untuk mencari informasi tentang pemanfaatan Informasi.

3. Universitas

Universitas Adalah institusi permanen dalam hal mendidik dan mengembangkan ilmu lebih mendalam terhadap Mahasiswa. Yang dimana

tempat ini meliputi beberapa macam fakultas dan jurusan yang ada, Dosen pengajar, dan juga staff yang membantu dalam administrasi ataupun manajemen di universitas. Yang dimana Peneliti akan melaksanakan penelitian ini hanya pada lingkup Universitas saja dan Khususnya Peneliti akan melakukan penelitian di Universitas Airlangga.

4. Mahasiswa

Mahasiswa adalah seseorang yang sedang dalam proses menimba ilmu ataupun belajar dan terdaftar sedang menjalani pendidikan pada salah satu bentuk perguruan tinggi yang terdiri dari akademik, politeknik, sekolah tinggi, institut dan universitas (Hartaji, 2012: 5), dalam hal ini Peneliti memfokuskan kepada mahasiswa Universitas Airlangga yang berasal dari jenjang prodi D3 hingga jenjang Prodi S1 saja.

5. MediaSosial

Menurut Punto Adi (2011:1), Media Sosial merupakan fitur berbasis website yang dapat membentuk jaringan serta memungkinkan orang – orang untuk berinteraksi dalam bentuk komunitas. Selain itu *Andreas Kaplan* dan *Michael Haenlein* mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun diatas dasar ideologi dan teknologi web 2.0 dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran *User Generated Content*. Sehingga Peneliti hanya meneliti Mahasiswa yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana pencarian informasi Pariwisata.

1.5.2 Teknik Penentuan Lokasi

Penelitian ini difokuskan pada Mahasiswa Universitas Airlangga yang berada di Universitas Airlangga, Surabaya. Aspek yang menjadi perhatian adalah: Pemanfaatan menggunakan media sosial dalam mencari informasi tentang pariwisata, Berkaitan dengan hal tersebut, maka lokasi penelitian ditentukan secara Insidental (*Insidental sampling*), dengan pertimbangan karakteristik wilayah atau daerah dan kelayakan informasi yang diperlukan. Untuk itu maka dipilih sebanyak 150 Mahasiswa dan Universitas Airlangga Surabaya sebagai tempat penelitian nantinya. Pemilihan ini dimaksudkan, selain untuk memudahkan peneliti dalam mengkaji obyek penelitian, juga agar data yang diperoleh dapat menggambarkan karakteristik mahasiswa dan motivasi yang membuat mahasiswa lebih memilih media sosial sebagai media informasi pariwisata.

1.5.3 Teknik Penentuan Responden

Responden adalah pihak yang nantinya akan dijadikan sebagai sampel dalam sebuah penelitian. Jadi ia harus mempunyai banyak pengalaman tentang latar penelitian (Moleong, 2014 : 97).

Untuk memperoleh Responden yang diharapkan dapat dilakukan dengan cara :

1. Melalui keterangan orang yang dikenal oleh penulis
2. Melalui wawancara yang dilakukan oleh peneliti ketika membagi kuesioner
3. Melalui pembagian kuesioner oleh peneliti.

Berdasarkan uraian di atas, maka yang digunakan sebagai persyaratan memilih responden dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Airlangga tiap fakultas yang ada di Universitas Airlangga Surabaya. Dari persyaratan tersebut, peneliti menetapkan 150 Mahasiswa Universitas Airlangga saja yang

akan menjadi sumber informannya, adapun data 150 mahasiswa tersebut berdasarkan berikut :

Tabel 1.3 Jumlah Mahasiswa Universitas Airlangga yang akan diteliti

No	Fakultas	Jumlah Mahasiswa
1	Kedokteran	11
2	Kedokteran Gigi	10
3	Hukum	11
4	Ekonomi dan Bisnis	10
5	Farmasi	10
6	Kedokteran Hewan	10
7	Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	10
8	Sains dan Teknologi	10
9	Psikologi	9
10	Kesehatan Masyarakat	9
11	Ilmu Budaya	11
12	Keperawatan	10
13	Perikanan dan Kelautan	10
14	Vokasi	19
	Total	150

Sebaran Jumlah informan masing – masing dari fakultas dalam tabel diatas berdasarkan rata rata penghitungan dari Calon informan seluruh fakultas, Kecuali Informan dari Fakultas Vokasi yang dimana mendapat 19 Orang informan karena Mahasiswa Vokasi sendiri memiliki jumlah mahasiswa terbanyak di Universitas Airlangga dan juga Peneliti adalah Mahasiswa dari Fakultas Vokasi, yang berarti peneliti bisa lebih memahami lingkup responden yang ada di fakultas vokasi dan juga peneliti bisa mengambil lebih banyak informan terutama pada fakultas Vokasi.

1.5.4 Teknik Penentuan Sampel

Dalam penelitian Kuantitatif sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apa yang dipelajari dari sampel tersebut kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi (Keseluruhan). Untuk

itu Sampel yang diambil dari populasi harus benar –benar representatif (Mewakilkkan). Menurut Sugiyono Teknik sampling dibagi menjadi 2 macam (2017:134-136) :

1. *Probality Sampling*, Teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.
2. *Nonprobability Sampling*, Teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel .

Oleh karena itu peneliti menggunakan teknik sampling *Nonprobability* dengan jenis *Sampling Insidental*, yang dimana jenis teknik ini adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang cocok dengan sumber data. Oleh karena itu berkaitan dengan penelitian tentang pemanfaatan media sosial maka peneliti memfokuskan arah samplingnya adalah mahasiswa Universitas Airlangga.

1.5.5 Teknik Pengumpulan Data

Data utama dalam penelitian ini diperoleh dari para informan yang telah mengisi kuisisioner yang telah dibagikan oleh peneliti secara *purposive sampling*. Para informan merupakan sumber data primer, sedangkan sumber data sekunder, yaitu sumber data lainnya yang menunjang data primer, di antaranya adalah: literatur atau dokumen yang berkaitan, dan nara sumber yang diharapkan mampu memberikan informasi tentang masalah yang diteliti. Untuk memperoleh data

yang diperlukan dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah Kuisisioner, Penyebaran Kuisisioner ditujukan kepada 150 Mahasiswa Universitas Airlangga, Surabaya. Dan setiap mahasiswa diharuskan mengisi dan memilih salah satu jawaban yang tersedia di kuisisioner dan ada juga pertanyaan yang harus dijawab menggunakan kalimatnya sendiri.

1.5.6 Analisis Data

Analisis data digunakan dalam kerangka pendekatan kuantitatif dengan tujuan mencoba melakukan “penteorian di lapangan” dengan mengumpulkan data yang diarahkan secara strategis melalui pengembangan teori. Analisa data pada umumnya merupakan proses penyerdehanaan data ke dalam bentuk yang mudah di baca dan di Interpretasikan (Wardiyanta 2006 : 36)

Langkah yang diambil dalam menganalisa data secara kualitatif antara lain dengan :

1. Membaca dengan meneliti data yang telah diperoleh dari hasil Kuesioner, catatan, dan Dokumen Lainnya.
2. Menyusun dan menandai pokok – pokok pikiran yang dianggap penting di dapat dari hasil pemabagian kuesioner, kemudian di pelajari dan kemudian di sortir atau di uji
3. Menyusun data menurut jenis – jenis atau mengklarifikasi data sehingga dapat membantu dalam melakukan identifikasi pokok pikiran selama di peroleh dalam menganalisa data
4. Membaca Literatur atau pustaka yang berhubungan dengan penelitian

5. Melakukan Pemahaman lebih lanjut terhadap informasi yang di dapat menggunakan teori tertentu (Teori Para Ahli). Dari proses tadi di harapkan peneliti mendapatkan solusi atau jawabn yang terbaik bagi pemecahan masalah yang diteliti.

Langkah selanjutnya adalah mengorganisasikan data berupa hasil angket kuisisioner yang telah diisi sebelumnya dengan cara mengelompokkan, mengatur, dan mengatagorikannya kedalam suatu data kesimpulan yang dapat dipertanggungjawabkan pokok permasalahannya.