

# Simulasi Wisata dalam *Reels* Instagram bagi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana

Diah Putu Laksmi Ayudhari<sup>1)</sup>, Ni Made Anggita Sastri Mahadewi<sup>2)</sup>, Ni Luh Nyoman  
Kebayantini<sup>3)</sup>

<sup>1,2,3)</sup> Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana

Email: [laksmiayudhari29@gmail.com](mailto:laksmiayudhari29@gmail.com)<sup>1)</sup>, [anggitasastrimahadewi@unud.ac.id](mailto:anggitasastrimahadewi@unud.ac.id)<sup>2)</sup>,  
[kebayantini@gmail.com](mailto:kebayantini@gmail.com)<sup>3)</sup>

## ABSTRACT

*This research explains and analyzes the reasons and impacts of watching tourism simulations in traveling reels on Instagram for FISIP Unud students. This research uses a descriptive qualitative approach and Jean Baudrillard's simulation theory. Simulation is a blur against the boundaries of the real and virtual world. The reasons FISIP Unud students watch traveling reels can be classified into five reasons. Reels traveling in cyberspace can have impacts on the real world for FISIP Unud students. Reality represents one's traveling experience and a sign that represents traveling reels. The impacts of watching traveling reels is divided into positive impacts and negative impacts. Simulations-related analysis in traveling reels is also done to see whether or not the simulations run for FISIP Unud students.*

**Keywords:** *Instagram, simulation, reels, traveling*

## 1. PENDAHULUAN

Pandemi COVID-19 yang kini melanda mengakibatkan penggunaan internet termasuk di dalamnya media sosial meningkat. Dilansir dari Datareportal.com (2021), pada Januari 2021 pengguna media sosial di Indonesia mencapai 170 juta. Jumlah pengguna Instagram Indonesia melansir dari Napoleoncat.com (2021) pada Juli 2021 sebanyak 91.770.000 dan kelompok usia pengguna terbesar Instagram adalah pada rentang usia 18-24 tahun yakni sebanyak 33.000.000 dan mahasiswa FISIP Unud

termasuk pada kelompok usia pengguna Instagram terbesar.

Kegiatan perjalanan atau *traveling* merupakan salah satu kegiatan yang terdampak pandemi COVID-19. Fenomena dari *traveling* memunculkan adanya *travel blogger*, *influencer* yang fokus pada tema *traveling* untuk mengeksplorasi daerah yang belum banyak dikunjungi (Fitriana, Nasution, & Erlanda, 2020). Media sosial Instagram menjadi salah satu *platform* yang digunakan *travel blogger* dalam membagikan kisah atau pengalaman *traveling* berupa video dan foto. Instagram selanjutnya meluncurkan fitur *reels*

yakni video dengan durasi singkat yang juga digunakan oleh *travel blogger* untuk membagikan kisah atau pengalaman *traveling*.

Pengalaman berwisata menurut Hidayat (dalam Kartika, 2021: 7-8) terbagi menjadi dua yakni pengalaman eksplisit dan implisit. Menonton *reels traveling* di Instagram pada masa pandemi COVID-19 termasuk ke dalam jenis pengalaman implisit dimana seseorang yang sedang berwisata merasakan pengalaman dari psikisnya seperti afektif dan psiko-motorik. Sesuai dengan pengalaman implisit, maka *reels traveling* di Instagram yang ditonton oleh mahasiswa FISIP Unud dapat memberikan perasaan ikut serta mengikuti *traveling* yang tersaji dalam suatu media. Mahasiswa FISIP Unud yang menggunakan Instagram khususnya yang menikmati *reels traveling* mengaburkan antara hal nyata dengan hal maya yang disebut dengan simulasi. Cara mengada mahasiswa FISIP Unud sebagai bagian dari masyarakat di masa pandemi COVID-19 berubah wujud dari hal nyata berupa pengalaman *traveling* yang dapat dirasakan oleh panca indera diri menjadi hal maya berupa konten *traveling* di Instagram. Dengan menonton konten *travel blogger* di Instagram khususnya *reels*, mahasiswa FISIP Unud dapat merasakan perasaan turut serta berada dalam video *reels* tersebut, merasakan *traveling* yang tersaji dalam sebuah media yang tidak nyata bentuknya.

Dari berbagai uraian di atas, penulis tertarik untuk mengkaji dalam penelitian yang berjudul Simulasi Wisata dalam *Reels* Instagram bagi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana.

*Reels* sebagai salah satu fitur dalam Instagram menjadi media simulasi wisata, alasan mahasiswa FISIP Unud sebagai pengguna Instagram yang menonton *reels traveling*, dan dampak yang ditimbulkan setelah menonton *reels traveling* menjadi sebuah daya tarik.

## 2. KAJIAN PUSTAKA

Penelitian dengan judul “Simulasi Wisata dalam *Reels* Instagram bagi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana” yang dilakukan oleh penulis memerlukan beberapa tinjauan dari penelitian-penelitian terdahulu yang relevan. Penelitian pertama yaitu Annastasia Savitri (2021) dengan judul “Ambiguitas Identitas dalam Akun Instagram Mahasiswa/i Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana” mengkaji terkait identitas ambigu yang hadir dalam akun Instagram mahasiswa/i FISIP Unud. Penggunaan akun di Instagram ini memunculkan adanya akun kedua, yang dibuat guna membentuk identitas yang sempurna dan sesuai keinginan. Daniel Chandler menyatakan bahwa media berdampak dalam pergeseran rasa identitas seseorang dan hal ini terjadi pada mahasiswa/i FISIP Unud yang menentukan akun pertama sebagai akun palsu yang dicitrakan dengan identitas sempurna tanpa cela dan menimbulkan kesan tidak sejalan dengan kenyataan, sedangkan akun kedua ialah akun asli dimana mahasiswa/i menunjukkan sisi yang mendekati dengan identitas dunia nyata. Fenomena ini menimbulkan terjadinya pengaburan identitas yang ditunjukkan melalui akun Instagram. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif dan

menggunakan pendekatan teori dari Daniel Chandler yakni *ambiguity identity in new media*.

Penelitian kedua oleh Imeldarina Ginting (2019) yang berjudul "Citra Destinasi Wisata Bangka Belitung (Studi Fenomenologi pada Wisatawan Pengguna Akun Instagram)". Penelitian ini mengkaji citra destinasi wisata Bangka Belitung di media sosial terutama di Instagram dan wisatawan yang menggunakan Instagram sebagai media referensi, informasi, dan arahan dalam menentukan pilihan tujuan destinasi wisata. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan fenomenologi.

Penelitian ketiga yaitu penelitian oleh Annisa Fathia (2020) dengan judul "*Foodstagram* Sebagai Hiperrealitas pada Kalangan *Foodies* di Instagram", membahas terkait fenomena hiperrealitas dalam konten *foodstagram* oleh *foodies* dan pengaruh konten *foodstagram* terhadap status sosial *foodies*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif melalui pendekatan kualitatif dan menggunakan teori hiperrealitas dari Jean Baudrillard.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori simulasi dari Jean Baudrillard. Simulasi adalah ruang atau teritorial pengetahuan yang dikonstruksikan oleh media informasi melalui pencitraan media, dimana manusia mendiami ruang realitas yang sangat tipis antara kenyataan dan fantasi (Bungin, 2006: 178). Setiap individu yang akhirnya termediasi oleh simulasi dan simulakra disebut sebagai '*ecstasy of communication*', dimana 'hidup' di dalam layar komputer dan atau menjadi bagian dari dirinya.

Bell menyatakan Baudrillard (dalam Astuti, 2015: 19) menggunakan pendekatan semiotika tentang hubungan antara tanda dan yang diwakilli oleh tanda tersebut, bahwa tanda-tanda telah terputus dari realitas; tidak sekadar merepresentasi, tetapi mensimulasi. Menurut Yasraf (dalam Astuti, 2015: 19) realitas dibangun atas keliaran fantasi ilusi, dan halusinasi manusia yang digerakkan oleh media. Media informasi dan informasi yang termuat di dalamnya sebagai simulasi menjadi lebih nyata dibanding pengetahuan yang sama-sama membentuk sikap, perilaku, dan peradaban umat manusia (Bungin, 2006: 178).

Instagram menyediakan fitur-fitur canggih sehingga fenomena nyata dapat disimulasikan ke dalam media yang dapat dikonsumsi publik setelah diunggah ke media sosial. Penelitian ini berfokus pada bagaimana Instagram menjadi wadah dari simulasi wisata yang merujuk pada konten *traveling* terutama fitur *reels* yang kemudian dimaknai oleh pengguna Instagram terkhusus mahasiswa FISIP Unud. Merujuk dari pernyataan Baudrillard, simulasi adalah fenomena peleburan atau penipisan tanda dan realitas. Tanda merujuk pada konten *reels traveling*. Sedangkan, realitas adalah pengalaman *traveling* yang dilakukan oleh *travel blogger* ataupun pengguna Instagram yang mengunggah konten *traveling*.

### **3. METODELOGI PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan untuk menjelaskan suatu kondisi tertentu dimana dalam penelitian ini menggali terkait alasan mahasiswa FISIP Unud menonton *reels*

*traveling* dan dampak yang muncul dari menonton *reels traveling* bagi mahasiswa FISIP Unud. Kota Denpasar, Bali merupakan lokasi penelitian yang dipilih karena menasar mahasiswa FISIP Unud yang berkuliah di Kampus Universitas Udayana Sudirman, Denpasar. Sedangkan, lokus penelitian dalam penelitian ini adalah Instagram terkhusus fitur *reels* dengan *niche traveling* yang dapat disebut dengan simulasi wisata.

Jenis data penelitian ini terdiri dari data kualitatif yang memuat deskripsi dari hasil observasi dan wawancara serta data kuantitatif sebagai data tambahan serta pendukung dari data yang diperoleh. Sumber data penelitian ini adalah sumber data primer yang didapat dari wawancara dan observasi serta sumber data sekunder yang didapat dari penelitian terdahulu. Informan dalam penelitian ini terbagi menjadi (1) informan kunci, yakni pengguna Instagram yang mengunggah konten *traveling* termasuk *reels*; (2) informan utama, yakni mahasiswa FISIP Unud yang *memfollow* akun pengguna Instagram yang mengunggah konten *traveling* ataupun *travel blogger*, dan (3) informan tambahan, yakni mahasiswa FISIP Unud yang menggunakan Instagram atau media sosial lain.

Instrumen dalam penelitian ini ialah peneliti yang bertindak sebagai *human instrument* yang menetapkan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data penelitian, mengumpulkan data, menilai kualitas data, menganalisis data, menafsirkan data, dan membuat kesimpulan hasil penelitian. Terdapat instrumen penunjang lain yang digunakan peneliti yakni alat perekam, buku catatan, kamera, dan panduan

wawancara. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi partisipatif, wawancara tidak berstruktur kepada informan yang telah ditentukan, dan studi dokumen. Kemudian, teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi ke dalam empat tahapan yakni (1) pengumpulan data, yakni mengumpulkan data dari hasil observasi, wawancara, dan studi dokumen; (2) reduksi data, yakni memilih, memberikan fokus perhatian, menyederhanakan dan merumuskan gagasan umum yang dipandu tujuan dari penelitian yakni menganalisis alasan dan dampak dari menonton *reels traveling* bagi mahasiswa FISIP Unud; (3) tampilan data, yakni menampilkan data yang didapat dalam bentuk teks deskriptif dengan teori simulasi dari Jean Baudrillard; serta (4) kesimpulan dan verifikasi, yakni data yang ditampilkan kemudian disimpulkan guna menjawab rumusan masalah terkait alasan dan dampak menonton simulasi wisata dalam *reels traveling* di Instagram serta memverifikasi kesimpulan yang muncul.

## **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **4.1 Gambaran Umum**

#### **4.1.1 Media Sosial Instagram**

Instagram merupakan situs jejaring sosial yang memiliki fungsi dalam pengambilan foto dalam bentuk atau tempat berbagi informasi terhadap pengguna (Atmoko, 2012: 10). Instagram diluncurkan secara resmi pada 6 Oktober 2010. Instagram juga berfungsi sebagai wadah bagi pengguna yang memiliki minat terhadap konten tertentu dan membangun komunitas di Instagram. *Niche*, istilah dari topik di Instagram yang diminati

pengguna dapat dilihat melalui *post* yang diunggah. *Niche traveling* merupakan salah satu *niche* yang banyak diminati pengguna Instagram dengan jumlah *post* yang diunggah sebanyak 85,7 juta.

*Reels* merupakan fitur terbaru yang diluncurkan Instagram pada 5 Agustus 2020 dan pengguna Instagram di Indonesia mulai dapat mengakses *reels* pada Juni 2021. Fitur ini ditujukan agar pengguna Instagram lebih betah dalam menggunakan Instagram. Pengguna Instagram dapat membuat video singkat berdurasi 15-60 detik dengan pilihan audio, efek, dan *tools* kreatif lain. Laman *explore* disesuaikan untuk mencari *reels* dengan cara *scroll* ke bawah untuk melihat konten *reels* lainnya (Glints.com, 2022). Pengguna Instagram dapat menonton *reels* berdasarkan *reels* yang sudah ditonton sebelumnya, sukai, atau komentari serta akun yang diikuti. *Reels* terkait *niche traveling* banyak diunggah oleh *travel blogger* maupun pengguna Instagram biasa yang mengunggah konten *traveling*.

#### **4.1.2 Penggunaan Instagram oleh Mahasiswa**

Pengguna Instagram di Indonesia pada Januari 2022 dilansir dari Napoleoncat.com (2022) mencapai 104.175.200 orang. Rentang usia 18-24 tahun menjadi kelompok usia pengguna Instagram terbesar sebesar 37,5%, dimana mahasiswa FISIP Unud termasuk di dalamnya. Mahasiswa FISIP Unud menggunakan Instagram untuk memberikan informasi berupa berita maupun konten sesuai minat masing-masing pengguna. Fitur-fitur yang ditawarkan Instagram dilansir dari yakni *story*, DM (*direct message*), video, *shopping*, *search & explore*, dan *reels*. Fitur

*search & explore* dapat digunakan untuk mencari konten sesuai keinginan dan minat dari pengguna. Selanjutnya, mahasiswa menggunakan Instagram untuk berkomunikasi dengan teman-teman. Kemudian, Instagram digunakan untuk kebutuhan kuliah seperti Ospek dan *paid promote* kegiatan organisasi intra kampus.

Kelebihan dari Instagram pun diungkapkan oleh mahasiswa FISIP Unud yakni menjadi tempat promosi dan berjualan bagi pelaku usaha *online* baik berupa barang ataupun jasa, konten-konten yang ditampilkan di dalamnya sesuai dengan minat anak muda, dan fitur-fitur dalam Instagram terus dikembangkan yang serupa dengan media sosial lain sehingga pengguna Instagram tidak perlu meng-*install* ataupun membuat akun di media sosial lain yang dapat mengakibatkan memori dalam gawai penuh.

Mahasiswa FISIP Unud menunjukkan ketertarikan pada konten dengan *niche traveling* termasuk *reels*. Hal tersebut ditunjukkan dengan mahasiswa FISIP Unud menonton konten *traveling* dan mem-*follow* akun *travel blogger* ataupun pengguna Instagram yang mengunggah konten *traveling*.

#### **4.2 Alasan Mahasiswa FISIP Unud Menonton Reels Traveling**

Pandemi COVID-19 mengakibatkan masyarakat termasuk pelajar, karyawan, dan lain-lain untuk melakukan seluruh kegiatan dari rumah yang dikenal dengan istilah *Work From Home* (WFH) dan menerapkan *social distancing*. *Traveling* adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan orang untuk keluar dari rutinitas sehari-hari yang dapat dikategorikan sebagai liburan dan menjadi

kebutuhan bagi masyarakat terutama yang tinggal di perkotaan. Menurut Robbins (dalam Muslim, 2020: 192&196) faktor lingkungan merupakan salah satu pemicu stres kerja yang dialami oleh masyarakat di masa pandemi COVID-19, ditandai dengan perubahan lingkungan kerja yang biasanya dilakukan di kantor kini dilakukan dari rumah yang dapat mengakibatkan kerja tidak optimal.

Daldjoeni (dalam Jamaludin, 2017: 65) menyebutkan pengisian waktu luang merupakan salah satu aspek kejiwaan (mental) masyarakat kota, yang disebabkan oleh proses beralihnya tenaga manusia dan digantikan oleh mesin yang selanjutnya tata kerja manusia diatur dengan jadwal ketat. Masyarakat di perkotaan mengalami tekanan tinggi yang didapat dari lingkungan kerja, sekolah, ataupun tempat tinggal sehingga hari libur digunakan untuk berlibur. Kegiatan *traveling* yang biasa dilakukan masyarakat di waktu luang, semenjak pandemi COVID-19 tidak dapat dilakukan secara bebas akibat adanya pembatasan kegiatan di luar rumah.

Konten *traveling* yang hadir di media sosial menjadi alternatif yang dapat digunakan masyarakat untuk menghibur diri yang tidak dapat *traveling* di masa pandemi COVID-19. Instagram merupakan salah satu media sosial yang banyak digunakan dan memuat konten *traveling* termasuk *reels*, fitur terbaru yang diluncurkan berupa video dengan durasi singkat yang digemari masyarakat mencakup mahasiswa. Mahasiswa FISIP Unud tidak luput dari keinginan untuk berlibur menjelaskan alasan mereka dalam menonton *reels traveling* di Instagram.

#### 4.2.1 Mendapat Informasi Tempat Wisata

Alasan mahasiswa FISIP Unud dalam menonton *reels traveling* yakni guna mendapat informasi tempat wisata, terkait pemberitahuan tempat wisata yang jarang diketahui orang banyak atau disebut *hidden gem*, pemberitahuan lokasi dan jalan yang dapat dilalui menuju tempat tersebut, kisaran harga serta fasilitas yang ditawarkan. Kemudian, informasi tempat wisata ini menjadi rekomendasi.

Rekomendasi yang dilakukan oleh *travel blogger* merupakan bagian dari promosi tempat wisata sehingga mahasiswa yang memfollow akun *travel blogger* ataupun menonton *reels traveling*, mengetahui tempat tersebut. Kehadiran *travel blogger* dibutuhkan oleh pengelola tempat wisata atau DMO (*Destination Management Organization*) untuk melakukan ajakan dan menjadi penghubung untuk menyampaikan pesan dari pengelola wisata ke wisatawan milenial (Hakim, 2019: 11). Tujuan *travel blogger* melakukan perjalanan wisata guna memenuhi tujuan tertentu yakni promosi dan memperkenalkan produk, seperti tempat wisata. Sehingga, perjalanan yang dilakukan *travel blogger* tidak sepenuhnya murni sebagai pemenuhan hasrat liburan, melainkan juga perjalanan bisnis (Saepulloh, Kusworo, & Fandeli, 2021: 317).

Informasi terkait tempat wisata dirasa sangat membantu mahasiswa FISIP Unud. Munculnya berbagai tempat wisata membuat mahasiswa FISIP Unud sebagai bagian dari masyarakat bingung dalam menentukan tempat wisata yang hendak dikunjungi. Rekomendasi dari *travel blogger* maupun

pengguna Instagram lain dapat dijadikan sebagai acuan bagi mahasiswa dalam mengambil keputusan.

#### **4.2.2 Efek dari *Travel blogger***

Alasan selanjutnya adalah efek dari *travel blogger* yakni berupa visual pada konten yang ditampilkan, penyampaian informasi, dan isi dari konten yang ditampilkan. Visual, isi, dan citra yang ditampilkan *travel blogger* melalui video dan foto yang dikemas secara menarik guna memikat pengguna Instagram termasuk mahasiswa FISIP Unud. Visual dan citra yang ditampilkan berhubungan dengan cara pengambilan video dan foto termasuk di dalamnya pemilihan tempat, gaya, dan pakaian kemudian masuk ke proses *editing* untuk memperindah video dan foto seperti menambah efek. Citra suatu tempat yang ditampilkan oleh *travel blogger* kemudian menutupi keadaan nyata dari tempat tersebut.

Citra suatu tempat yang ditampilkan pada Instagram kemudian dianalisis menggunakan konsep simulasi, yang merupakan keadaan dimana manusia terjebak dalam realitas yang sangat tipis antara yang nyata dan yang palsu. Peristiwa dunia nyata yang ditunjukkan oleh pengalaman *travel blogger* dan pengguna Instagram mengunjungi tempat wisata disebut yang 'nyata' dan diabadikan oleh *travel blogger* dan pengguna Instagram melalui video atau foto yang kemudian diunggah di Instagram serta video atau foto yang dilihat ataupun ditonton oleh pengguna Instagram lainnya disebut dengan yang 'palsu'.

Representasi diri *travel blogger* pada media sosial khususnya Instagram merupakan diri mereka yang berbeda dengan diri asli mereka. *Travel blogger* menggunakan

filter, edit, dan lain-lain untuk menambah estetika representasi diri di Instagram dan mahasiswa FISIP Unud menyukai representasi diri *travel blogger* yang ditampilkan di media sosial terkhusus Instagram yang telah melalui berbagai proses. Representasi diri *travel blogger* menjadi hal 'nyata' yang dipercayai oleh mahasiswa FISIP Unud. Kehidupan dunia nyata melebur ke dalam konten *traveling* oleh *travel blogger* dan begitu pula konten *traveling* tersebut melebur ke dalam kehidupan nyata. Mahasiswa FISIP Unud tidak dapat membedakan antara nyata dan maya karena apa yang dilihat di dunia maya mencerminkan keadaan di dunia nyata serta hal ini juga berlaku sebaliknya yang kemudian dapat disebut simulakra.

#### **4.2.3 Mendapat Tontonan yang Lebih Menarik**

Mahasiswa FISIP Unud menonton *reels* khususnya yang memfollow *travel blogger* dikarenakan video dalam *reels* disajikan dengan durasi yang singkat. *Reels* lebih mudah untuk ditonton dibandingkan fitur video lainnya yang ditawarkan Instagram, yakni Instagram *video*. Untuk menonton *reels*, pengguna tidak perlu untuk mengeklik pada konten karena *reels* langsung menampilkan kontennya secara *full screen* pada layar gawai. Kemunculan *reels* pada Instagram memberikan mahasiswa FISIP Unud variasi fitur video yang berbeda dan menjadi tontonan yang menarik.

Salah satu pengguna Instagram yang kerap mengunggah konten *traveling* di Instagram menyatakan alasan dirinya mengunggah konten *traveling* karena terdapat hal-hal unik di setiap perjalanan yang dilakukan informan dan dirasa wajib untuk

diabadikan sebagai kenang-kenangan. Fitur Instagram yang digunakan informan berupa *post* foto, *Instagram story*, *Instagram video*, dan *reels*.

#### 4.2.4 Mendapat Pengetahuan Praktis

*Reels traveling* pun selain memberikan rekomendasi dan tontonan yang menarik, juga memberikan pengetahuan praktis berupa videografi dan fotografi bagi pengguna Instagram yang menonton. Tips pemilihan *font* yang dapat ditambahkan pada unggahan video dan memberikan inspirasi dalam membuat konten menarik sebagai contohnya.

Cara membuat *reels* dilansir dari laman About.Instagram.com (2022), yakni memilih ikon *reels* di bagian bawah kamera Instagram yang kemudian menampilkan alat-alat *editing* kreatif seperti audio untuk menambahkan lagu atau musik pada *reels*, efek AR (*Augmented Reality*) yakni efek yang ditawarkan untuk memperindah *reels*, *timer* yang berfungsi untuk merekam klip dan *countdown* yakni hitungan mundur sebelum rekaman dimulai, *align* yakni alat *editing* yang berfungsi untuk menghubungkan beberapa klip guna memberikan transisi yang halus, serta *speed* yang berfungsi untuk memilih kecepatan video ataupun audio yang dipilih.

Selain videografi ataupun fotografi, mahasiswa FISIP Unud juga mendapatkan pengetahuan yang tidak terkait dengan *traveling*, melainkan informasi penting untuk diketahui masyarakat khususnya mahasiswa seperti tabungan, asuransi, dan pembuatan visa. *Travel blogger* dan pengguna Instagram lainnya menggunakan akun mereka untuk menyebarkan hal-hal positif yang perlu diketahui oleh orang banyak.

#### 4.2.5 Mendapat Hiburan

Di masa pandemi COVID-19 masyarakat termasuk mahasiswa FISIP Unud wajib untuk membatasi kegiatan di luar rumah, *traveling* salah satunya. Akibat terbatasnya ruang untuk jalan-jalan dan berlibur, mahasiswa FISIP Unud khususnya yang menggunakan Instagram menggantikan rasa keinginan berlibur dalam bentuk menikmati konten virtual dari *travel blogger* dan pengguna Instagram lain. Konten *traveling* ini kemudian mengakibatkan kaburnya dunia nyata dan dunia maya.

Kekaburan antara dunia nyata dan dunia maya berakar dari pengelolaan diri yang diakibatkan media sosial, salah satunya Instagram. Pengelolaan diri pada media sosial berawal dari proses konstruksi diri, tampilan diri secara virtual (dunia maya), hingga respons balik dari diri virtual seseorang ke di fisik (dunia nyata). Esensi dari diri virtual ini dibangun dari transformasi dari diri fisik ke diri virtual yang diperantarai oleh teknologi komputer dan jaringan internet dan diri virtual ini direpresentasikan melalui tanda ataupun simbol guna mengungkapkan ekspresi dan perasaan diri. Fidler mengungkapkan melalui jaringan-jaringan komunikasi yang diperantarai komputer (*Computer Mediated Communication*) dapat menjadi kepanjangan akrab dari diri seseorang di dunia nyata (Sari & Irena (Ed.), 2019: 25). Persepsi manusia yang membangun kaburnya batas antara dunia nyata dan maya, dimana manusia menganggap dirinya berada di dunia nyata maupun dunia maya.

Representasi yang ditampilkan *travel blogger* dan pengunggah konten *traveling* kemudian berubah menjadi hal 'nyata' bagi pengguna Instagram yang menonton melalui



layar gawai. Simulasi yang tersusun atas realitas dan tanda, dimana realitas diwakili pengalaman *traveling* pengguna Instagram yang mengunggah konten. Sedangkan, untuk tanda diwakili oleh konten *traveling* yang diunggah di Instagram. Konten *traveling* sebagai tanda kemudian menjadi 'nyata' bagi pengguna Instagram yang menonton dan pengalaman *travel blogger* maupun masyarakat yang mengunggah konten *traveling* sebagai pengalaman riil pun menjadi pengalaman yang turut dirasakan oleh mahasiswa FISIP Unud.

Mahasiswa FISIP Unud yang berselancar di media sosial khususnya Instagram, telah menjadi diri virtual mereka yang hidup di dunia maya dan merasakan pengalaman yang sebenarnya tidak dirasakan oleh diri sendiri secara fisik di dunia nyata. Berlibur pun dapat dirasakan walaupun mahasiswa FISIP Unud berada di rumah.

### **4.3 Dampak Menonton Simulasi Wisata dalam Reels Traveling bagi Mahasiswa FISIP Unud**

#### **4.3.1 Dampak Positif**

Dampak positif yang muncul setelah menonton simulasi wisata dalam *reels traveling* dapat mengobati keinginan untuk berlibur dan juga sebagai hiburan di masa pandemi COVID-19. Bagi beberapa mahasiswa FISIP Unud, simulasi dirasa berjalan dikarenakan *reels traveling* menjadi pengalaman yang juga dirasa oleh mahasiswa yang tidak mengunjungi tempat yang ditampilkan dalam *reels*. Tanda yakni *reels traveling* yang telah melalui berbagai proses editing menjadi 'realitas' yang dipercaya oleh informan. Tanda sebagai

simulasi dari realitas telah diubah dalam media sehingga tanda tidak lagi mensimulasi realitas, melainkan menjadi 'realitas' yang dipercaya oleh pengguna Instagram yang tidak mengunjungi tempat wisata tersebut. Namun, beberapa mahasiswa FISIP Unud merasa bahwa simulasi tidak berjalan dikarenakan *reels traveling* tidak dapat menggantikan pengalaman nyata mahasiswa dalam mengunjungi tempat wisata.

Pengetahuan yang bertambah mengenai tempat wisata merupakan dampak positif menonton *reels traveling* selanjutnya yang juga menambah pengetahuan terkait budaya di wilayah yang ada pada *reels traveling* seperti makanan khas, kesenian, dan lain-lain selain membantu mahasiswa FISIP Unud untuk mengetahui tempat wisata di luar kota dan bahkan luar negeri. Baudrillard (1994: 6) menyatakan bahwa gambar yang mencakup foto dan video mengalami empat fase untuk menjadi simulakra yakni gambar adalah refleksi dari realitas mendalam, gambar menutupi dan mendenaturasi realitas mendalam, gambar menutupi ketidak-adaan realitas yang mendalam, serta gambar tidak ada hubungannya dengan realitas apapun yakni gambar murni sebagai simulakra.

Pengalaman *traveling* sebagai realitas dan diunggah di Instagram berupa foto dan video yang merepresentasi tanda. Dalam fase menjadi simulakra, tanda yang diwakili foto dan video merupakan refleksi dari realitas, kemudian realitas di dunia nyata dan tanda di dunia maya tidak berbeda serta tanda yang direpresentasikan berasal dari realitas tersebut tanpa perubahan. Tanda kemudian memasuki fase dimana tanda mengubah kualitas alami dari realitas, dalam

hal ini contohnya *editing* yang dilakukan terhadap foto dan video tersebut. Ketiga, tanda menutupi realitas mendalam, tanda mulai melepaskan diri dari realitas, misalnya foto dan video di Instagram yang diletakkan lebih tinggi dan saat orang mengunjungi mereka merasa tempat tersebut berbeda dari tampilan yang ditunjukkan di Instagram. Fase terakhir, tanda berdiri sendiri dan sepenuhnya tidak berhubungan dengan realitas, yang disebut dengan simulakra. Antara tanda dan realitas tidak lagi ada batasannya, hal ini ditandai dimana Indah Kresna dan Trisna yang tidak pernah pergi ke tempat wisata yang dimaksud dalam *reels* dapat merasakan dirinya pernah bepergian ke tempat tersebut hanya dengan menonton *reels traveling*. *Reels traveling* yang merepresentasikan tanda telah mewujudkan menjadi realitas itu sendiri yang kemudian menjadi simulakra, yang tidak lagi mewakili realitas.

Pengetahuan praktis yang didapat menimbulkan salah satu mahasiswa FISIP Unud juga mengunggah konten *traveling*. Diawali dengan ketertarikan mahasiswa terhadap videografi dan fotografi, yang kemudian berdampak kepada mahasiswa mengaplikasikan pengetahuan yang didapat melalui *reels traveling* terhadap diri sendiri. Kemudian, melalui *metaverse* ke depannya *reels traveling* dapat menggantikan liburan fisik. *Metaverse* didasarkan pada teknologi yang memungkinkan interaksi multisensor dengan lingkungan virtual, objek digital, dan masyarakat (Mystakidis, 2022: 486-487). *Metaverse* didesain sebagai simulasi dari dunia nyata yang mencakup berbagai area yang berhubungan dengan manusia dan masyarakat, serta saat *metaverse*

di'hidup'kan maka kegiatan sehari-hari termasuk *traveling* dapat dilakukan dengan 3D avatar (Narin, 2021: 23). *Metaverse* membuktikan konsep simulasi dimana kehidupan dunia maya serupa dengan dunia nyata yang sesuai dengan pernyataan Jean Baudrillard mengenai dunia posmodern yakni masa kini ditandai dengan simulasi.

#### 4.3.2 Dampak Negatif

*Reels traveling* tidak hanya memunculkan dampak positif saja, melainkan juga memunculkan dampak negatif. *Reels traveling* yang diperuntukkan sebagai alternatif liburan, jika ditonton dengan intensitas sering maka dapat menimbulkan hal negatif yakni mengabaikan kegiatan penting yang seharusnya dilakukan, tidak memperhatikan waktu, hingga tidak dapat membedakan pengalaman nyata yang dialami diri sendiri dengan pengalaman *travel blogger* atau pengguna Instagram yang mengunggah *reels traveling* dan konten lain bersifat maya. Konsep simulasi dapat dilihat dari tidak dapatnya mahasiswa FISIP Unud membedakan pengalaman diri di dunia nyata dengan pengalaman orang lain yang sudah diproduksi kembali ke dalam suatu media di dunia maya.

Munculnya *reels traveling* pada awalnya ditujukan sebagai alternatif liburan yang dapat dinikmati mahasiswa FISIP Unud dan masyarakat melalui gawai. Namun, *reels traveling* juga menjadi pemicu tidak terkontrolnya kesadaran diri dimana setelah menonton *reels* terkait tempat wisata, keinginan untuk mengunjungi tempat tersebut harus terpenuhi segera. Jika masyarakat berperilaku seperti ini maka dapat membentuk kerumunan yang dapat memunculkan kluster

penyebaran COVID-19. Rusaknya fasilitas tempat wisata dan permasalahan sampah merupakan hal negatif yang muncul jika banyak masyarakat mengunjungi tempat wisata.

Perilaku konsumtif juga muncul berupa banyaknya pengeluaran untuk bepergian ke tempat wisata. pengeluaran yang dikeluarkan tidak hanya biaya retribusi di tempat wisata, melainkan juga termasuk biaya transportasi yakni menyewa transportasi ataupun bahan bakar minyak bagi yang menggunakan transportasi pribadi dan konsumsi yakni biaya untuk membeli makanan dan minuman. Pengeluaran semakin besar jika mengunjungi tempat wisata di luar wilayah tempat tinggal ataupun luar negeri sehingga membutuhkan akomodasi, pengurusan dokumen, paket perjalanan, oleh-oleh, dan biaya lainnya (Finansialku.com, 2016). Di masa pandemi COVID-19, pemenuhan kebutuhan pokok masyarakat kian sulit, sehingga jika ditambah dengan perilaku konsumtif tidak dapat mengontrol diri untuk bepergian maka ekonomi masyarakat semakin sulit. Terakhir, bagi anak-anak yang menonton *reels traveling* seperti konten yang menampilkan adegan berbahaya yang hanya dilakukan oleh profesional tanpa pengawasan orang tua rentan meniru adegan berbahaya tersebut.

## 5. KESIMPULAN

Kegiatan *traveling* yang dibatasi di masa pandemi COVID-19 memunculkan adanya alternatif berlibur berupa *reels traveling* sebagai simulasi wisata di media sosial Instagram. Mahasiswa FISIP Unud menunjukkan ketertarikan terhadap *reels* dengan *niche traveling* kemudian menonton *reels*. Alasan mahasiswa FISIP Unud dalam

menonton *reels traveling* di Instagram dapat dikelompokkan ke dalam beberapa kategori yakni mendapat informasi tempat wisata, efek dari *travel blogger*, tontonan yang lebih menarik, pengetahuan praktis, dan hiburan.

*Reels traveling* sebagai alternatif keinginan berlibur atau dapat disebut dengan wisata virtual dianalisis menggunakan konsep simulasi Jean Baudrillard yang berdampak pada kaburnya batasan antara dunia nyata (realitas) dan dunia maya (tanda) yang berlaku bagi mahasiswa FISIP Unud. Pengalaman *traveling travel blogger* dan pengguna Instagram yang mengunggah *reels traveling* merepresentasikan realitas, sedangkan *reels traveling* merepresentasikan tanda. Tanda awalnya menjadi representasi dari realitas, kemudian mensimulasi realitas tersebut. mahasiswa FISIP Unud kemudian mengaburkan antara realitas dan tanda yang dapat dilihat dari mahasiswa dapat merasakan berkunjung ke tempat yang didatangi pengguna Instagram lainnya dengan menonton *reels* walaupun mahasiswa sedang berada di rumah.

Dampak dari menonton simulasi wisata dalam *reels traveling* bagi mahasiswa FISIP Unud dan juga masyarakat dikelompokkan menjadi dampak positif dan negatif. Dampak positif yakni hiburan, pengetahuan tempat wisata, pengetahuan praktis, dapat menggantikan liburan fisik melalui *metaverse*. Sedangkan, dampak negatif yakni lupa waktu dan mengabaikan kegiatan yang seharusnya dilakukan, tidak dapat membedakan pengalaman nyata dan pengalaman maya, terbentuknya kerumunan dan kluster penyebaran COVID-19, perilaku konsumtif yakni mengeluarkan banyak biaya untuk

berpergian, rusaknya fasilitas tempat wisata, permasalahan sampah, dan meniru adegan berbahaya dari olahraga ekstrem. Selain dampak positif dan negatif, simulasi dalam *reels traveling* juga dianalisis untuk mengetahui berjalan atau tidaknya simulasi bagi mahasiswa FISIP Unud dan mahasiswa merasakan bahwa simulasi berjalan dan tidak karena perbedaan alasan dan tujuan mahasiswa menonton *reels traveling*.

## 6. DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: MediaKita.
- Baudrillard, J. (1994). *Simulacra and Simulation*. (Terjemahan Sheila Faria Glaser). United States of America: Michigan Press.
- Bungin, B. (2006). *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Jamaludin, A. N. (2017). *Sosiologi Perkotaan: Memahami Masyarakat Kota dan Problematikanya*. Bandung: CV Pustaka Setia.

Internet:

- Instagram. (2022). *Features*. Diakses 6 Februari 2022 dari laman <https://about.instagram.com/features/se-arch-and-explore>
- Kemp, S. (2021). *DIGITAL 2021: INDONESIA*. Diakses 2 Agustus 2021 dari laman <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>

Napoleoncat.com. (2021). *Instagram users in Indonesia: July 2021*. Diakses 3 Agustus 2021 dari laman <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2021/07>

Perdana, A. (2022). *Instagram Reels: Apa Itu, Fitur-Fitur, Manfaat, dan Tips Menggunakan*. Diakses 9 Mei 2022 dari laman [https://glints.com/id/lowongan/instagram-reels-adalah/#.YoO\\_JVMRUwA](https://glints.com/id/lowongan/instagram-reels-adalah/#.YoO_JVMRUwA)

Jurnal :

- Astuti, Y. (2015). Dari Simulasi Realitas Sosial Hingga Hiper-Realitas Visual: Tinjauan Komunikasi Virtual Melalui Sosial Media di *Cyberspace*. *Jurnal Komunikasi PROFETIK*, 08 (02), 15-26. Diakses 7 Agustus 2021 dari laman <http://ejournal.uinsuka.ac.id/isoshum/profetik/article/download/1084/988>
- Fitriana, R., Nasution, D. Z., & Erlanda, T. (2020). Pengaruh Konten *Travel blogger* Terhadap Kunjungan Wisatawan Domestik ke Sumbawa. *Lontar: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8 (1). Diakses 3 Agustus 2021 dari laman <https://e-jurnal.lppmunsera.org/index.php/LONTAR/article/view/2086>
- Hakim, I. N. (2019). Media Promosi yang Ramah Wisatawan Milenial. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 13 (2), 1-23. Diakses 26 Februari 2022 dari laman [https://www.researchgate.net/publication/338477258\\_Media\\_Promosi\\_Yang\\_Ramah\\_Wisatawan\\_Milenial](https://www.researchgate.net/publication/338477258_Media_Promosi_Yang_Ramah_Wisatawan_Milenial)
- Kartika, T. (2021). Wisata Virtual, Me"nyata"kan Dunia Maya?. *Warta*

- Pariwisata*, 19 (1), 7-8. Diakses 11 September 2021 dari laman [https://p2par.itb.ac.id/wp-content/uploads/sites/114/2021/05/pariwisata-berbasis-virtual-30-apr-27mei\\_compressed.pdf#page=6](https://p2par.itb.ac.id/wp-content/uploads/sites/114/2021/05/pariwisata-berbasis-virtual-30-apr-27mei_compressed.pdf#page=6)
- Muslim, M. (2020). Manajemen Stress pada Masa Pandemi Covid-19. *ESENSI: Jurnal Manajemen Bisnis*, 23 (2), 192-201. Diakses 5 April 2022 dari laman <https://ibn.ejournal.id/index.php/ESENSI/article/download/205/181>
- Mystakidis, S. (2022). *Metaverse. Encyclopedia 2022*, 2 ( ), 486-497. Diakses 5 Maret 2022 dari laman <https://www.mdpi.com/2673-8392/2/1/31>
- Narin, N. G. (2021). *A Content Analysis of the Metaverse Articles. Journal of Metaverse*, 1 (1), 17-24. Diakses 5 Maret 2022 dari laman <https://dergipark.org.tr/en/pub/jmv/issue/67581/1051382>
- Saepulloh, Kusworo, H. A., & Fandeli, C. (2021). *Serious Leisure: Menelisik Profesi Travel Influencer. Jurnal Kawistara*, 11 (3), 314-328. Diakses 26 Februari 2022 dari laman <https://journal.ugm.ac.id/kawistara/article/view/69303>